

**PENGARUH LOGO DAN SIMBOL HALAL PADA KOSMETIK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN: SURVEI PADA
GENERASI Z**



SKRIPSI

VANESSA ZEFANYA SIREGAR

00000047968

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**PENGARUH LOGO DAN SIMBOL HALAL PADA KOSMETIK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN: SURVEI PADA
GENERASI Z**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

VANESSA ZEFANYA SIREGAR

00000047968

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vanessa Zefanya Siregar

Nomor Induk Mahasiswa : 00000047968

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Berbasis Karya dengan judul:

**PENGARUH LOGO DAN SIMBOL HALAL PADA KOSMETIK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN: SURVEI PADA GENERASI Z**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Bekasi, 10 Juni 2024



Vanessa Zefanya Siregar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

PENGARUH LOGO DAN SIMBOL HALAL PADA KOSMETIK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN: SURVEI PADA GENERASI Z

Oleh

Nama : Vanessa Zefanya Siregar

NIM : 00000047968

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 10 Juni 2024

Pukul 16.00 s.d 17.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Selvi Amalia, S.Pi., M.Si
NIDN 0325108004


Drs. Asep Sutresna, M.A.
NIDN 0307126303

Pembimbing

Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.
NIDN 0308117706

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vanessa Zefanya Siregar

NIM : 00000047968

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH LOGO DAN SIMBOL HALAL PADA KOSMETIK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN: SURVEI PADA GENERASI Z

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 24 Juni 2024

Yang menyatakan,



Vanessa Zefanya Siregar

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

“PENGARUH LOGO DAN SIMBOL HALAL PADA KOSMETIK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN: SURVEI PADA GENERASI Z”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si. sebagai pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Ibu Selvi Amalia, S.Pi., M.Si selaku Ketua Sidang yang telah memimpin sidang dan memberikan arahan, serta masukan selama sidang berlangsung.
6. Bapak Drs. Asep Sutresna, M.A. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
7. Keluarga saya Papi, Mami, dan abang Nathan yang telah memberikan bantuan dukungan material, moral, dan rohani sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Keluarga besar PT PARI yang juga turut andil memberikan *support* untuk saya menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Kak Kevin dan Kak Iqbal yang selalu ada saat dibutuhkan untuk bertanya-tanya terkait skripsi mereka dan selalu memahami serta memberikan dukungan penuh setiap kali saya mengerjakan progres skripsi di kantor.
10. Gabrielle Hartman yang telah membantu saya untuk *breakdown* setiap poin bab 1 sehingga menjadi lebih terstruktur juga telah memberikan semangat dan selalu ada di setiap langkah progres skripsi saya.
11. Veronica Yadita Manuputty yang selalu memberikan motivasi rohani, selalu ada menemani dan menyemangati, serta ikut andil membantu menyebarkan kuesioner sehingga saya bisa mengumpulkan responden sesuai target.
12. Putri Cahyani Maitri yang selalu menemani dan memberikan dukungan selama bimbingan, serta bertukar pikiran bersama.
13. Jeka, Flavia, Irene, Angel, Ping-ping, Godeliv, Michelle, Vicky, Tiara, Joanna, Deka, dan teman-teman saya lainnya yang terus memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga laporan skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Bekasi, 24 Juni 2024

UMMN



Vanessa Zefanya Siregar

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH LOGO DAN SIMBOL HALAL PADA KOSMETIK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN: SURVEI PADA GENERASI Z

Vanessa Zefanya Siregar

ABSTRAK

Latar Belakang penelitian ini adalah di zaman sekarang, semua wanita berusaha untuk tampil cantik tidak hanya dengan pakaian yang rapih dan nyaman untuk dipandang melainkan juga kosmetik yang mereka gunakan kerap semakin membuat percaya diri meningkat. Berbagai jenis kosmetik yang digunakan cenderung kepada peraawatan kulit wajah dan badan, *make up*, *parfume*, dan lain sebagainya membuat semakin banyaknya *brand* yang membangun bisnis di bidang kosmetik atau kecantikan. Biasanya para perempuan akan mengecek kandungan yang terdapat di dalam produk yang akan mereka gunakan apakah bahan-bahan yang terkandung aman atau tidak. Selain bahan yang dinilai aman, perempuan muslim khususnya melihat apakah produk yang akan mereka gunakan terdiri dari bahan-bahan yang halal atau tidak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dan seberapa besar pengaruh logo dan simbol halal pada kosmetik terhadap minat beli konsumen generasi Z. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dari logo dan simbol halal pada kosmetik terhadap minat beli Generasi Z. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Generasi Z memilih produk kecantikan dengan melihat kandungan dan klaim halal yang ada pada produk ketika hendak membeli suatu kosmetik.

Kata kunci: Generasi Z, Kosmetik Halal, Logo Halal, Minat Beli, Simbol Halal



THE INFLUENCE OF HALAL LOGOS AND SYMBOLS ON COSMETICS TOWARD CONSUMER PURCHASE INTEREST: A SURVEY OF GENERATION Z

Vanessa Zefanya Siregar

ABSTRACT

The background of this research is that in today's era, all women strive to look beautiful not only through neat and visually appealing clothing but also through the cosmetics they use, which often boost their confidence. Various types of cosmetics used tend to focus on facial and body skincare, makeup, perfume, and so on, leading to an increase in the number of brands entering the cosmetics or beauty business. Typically, women will check the ingredients in the products they intend to use to determine whether the ingredients are safe. In addition to ingredients deemed safe, Muslim women specifically check whether the products they intend to use contain halal ingredients. The purpose of this study is to determine the influence and the extent of the influence of halal logos and symbols on cosmetics on the purchase interest of Generation Z consumers. The results of this study indicate a positive influence of halal logos and symbols on cosmetics on the purchase interest of Generation Z. The conclusion of this study is that Generation Z chooses beauty products by looking at the ingredients and halal claims present in the products when they intend to purchase cosmetics

Keywords: *Generation Z, Halal Cosmetics, Halal Logo, Halal Symbol, Purchase Intention*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	12
1.5.1 Kegunaan Akademis	12
1.5.2 Kegunaan Praktis	12
1.5.3 Kegunaan Sosial	13
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	13
BAB II KERANGKA KONSEPTUAL	14
2.1 <i>Systematic Literature Review</i>	14
2.2 Konsep yang Digunakan	19
2.2.1 Logo	19
2.2.2 Simbol	21

2.2.3	Minat Beli	21
2.2.4	Konsumen	23
2.2.5	Hubungan antara Logo dengan Minat Beli	24
2.2.6	Hubungan antara Symbol dengan Minat Beli	25
2.3	Hipotesis Teoritis	26
2.4	Alur Penelitian	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1	Jenis dan Sifat Penelitian	27
3.2	Metode Penelitian	28
3.3	Populasi dan Sampel	28
3.3.1	Populasi	28
3.3.2	Sampel	28
3.4	Operasionalisasi Variabel	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data	37
3.5.1	Data Primer	37
3.5.2	Data Sekunder	38
3.6	Teknik Pengukuran Data	38
3.6.1	Uji Validitas	39
3.6.2	Uji Reliabilitas	42
3.7	Teknik Analisis Data	43
3.7.1	Uji Normalitas	43
3.8	Uji Koefisien Determinasi	43
3.9	Uji Regresi Linier Berganda	44
3.10	Uji Hipotesis	44
3.10.1	Uji Parsial (Uji-T)	44

3.10.2	Uji Simultan (Uji-F)	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	46
4.1.1	Subjek Penelitian	46
4.1.2	Objek Penelitian	46
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Profil Responden	47
4.2.2	Deskripsi Data	49
4.2.3	Variabel Logo	49
4.2.4	Variabel Simbol	53
4.2.5	Variabel Minat Beli	55
4.3	Uji Normalitas	60
4.4	Uji Koefisien Determinasi	62
4.5	Uji Regresi Linier Berganda	63
4.6	Uji Hipotesis	64
4.6.1	Uji-T	64
4.6.2	Uji-F	65
4.7	Pembahasan	66
BAB V SIMPULAN		69
5.1	Simpulan	69
5.2	Saran	70
5.2.1	Saran Akademis	70
5.2.2	Saran Praktis	70
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN		77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tema Utama Artikel Jurnal.....	14
Tabel 2.2 Tema Utama Industri Halal.....	15
Tabel 2.3 Logo dan Simbol Halal	16
Tabel 2.4 Produk Halal	16
Tabel 2.5 Perilaku Konsumen.....	17
Tabel 2.6 Perilaku Minat Beli.....	17
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	30
Tabel 3.2 Tabel Operasionalisasi Variabel X1	30
Tabel 3.3 Tabel Operasionalisasi Variabel X2	33
Tabel 3.4 Tabel Operasionalisasi Variabel Y	34
Tabel 3.5 Tabel Skala Likert.....	38
Tabel 3.6 Tabel Uji Validitas X1	39
Tabel 3.7 Tabel Uji Validitas X2	40
Tabel 3.8 Tabel Uji Validitas Y	41
Tabel 3.9 Tabel Uji Reliabilitas X1	42
Tabel 3.10 Tabel Uji Reliabilitas X2	42
Tabel 3.11 Tabel Uji Reliabilitas Y	42
Tabel 3.12 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	47
Tabel 4.2 Usia Responden.....	47
Tabel 4.3 Agama Responden	48
Tabel 4.4 Produk Yang Sering Dijumpai.....	48
Tabel 4.5 Produk Yang Pernah Digunakan.....	48
Tabel 4.6 Dimensi Elemen Visual	50
Tabel 4.7 Dimensi Fleksibilitas.....	51
Tabel 4.8 Dimensi Elemen Fisik.....	53
Tabel 4.9 Dimensi Minat Transaksional	56
Tabel 4.10 Dimensi Minat Referensial	57
Tabel 4.11 Minat Preferensial	58
Tabel 4.12 Minat Eksploratif	59

Tabel 4.13 Uji Normalitas Skewness & Kurtosis	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi X1-Y	62
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi X2-Y	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4.18 Hasil Uji-T	64
Tabel 4.19 Hasil Uji-F.....	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 5 Negara Konsumen Kosmetik Halal Terbesar di Dunia.....	4
Gambar 1.2 Logo Halal.....	7
Gambar 1.3 Logo Halal Berbagai Negara.....	8
Gambar 1.4 Logo Halal Pada Kosmetik	9
Gambar 2.1 Tema Utama Kosmetik Halal.....	19
Gambar 2.2 Tema Utama Minat Beli.....	19
Gambar 2.3 Langkah-langkah Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	22
Gambar 2.4 Alur Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Tabel Tabulasi	77
Lampiran B Pernyataan Kuesioner	107
Lampiran C Hasil Perbandingan Agama Jawaban Responden	111
Lampiran D Hasil Perbandingan Jenis Kelamin Jawaban Responden.....	112
Lampiran E Form Bimbingan Skripsi	113
Lampiran F Hasil Turnitin	114

