

Pengaruh Literasi Halal, Ingredients dan Kesadaran Halal terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik; Skincare Berlabel Halal (Generasi Z di Indonesia) = "The Influence of Halal Literacy, Ingredients and Halal Awareness on Intention to Purchase Skincare Products with Halal Labels (Generation Z in Indonesia)

Hanna Diana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920551387&lokasi=lokal>

Abstrak

Penggunaan produk skincare saat ini mulai banyak diminati kaum generasi Z, baik laki-laki maupun Perempuan. Sebagai seorang muslim, penggunaan skincare harus jelas kehalalannya dan keamanannya. Sehingga produk skincare berlabel halal menjadi sebuah solusi untuk para muslim dalam menggunakan produk skincare. Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui sebuah pengaruh dari literasi halal, ingredients terhadap produk skincare dan kesadaran halal terhadap niat beli produk skincare berlabel halal, studi pada generasi Z di Indonesia. Selain itu, penelitian ini ingin meneliti Tingkat kemampuan literasi halal generasi Z di Indonesia melalui tes soal literasi halal. Penelitian mendapatkan 141 responden, baik laki-laki dan perempuan dari generasi Z (lahir tahun 1997-2012) di Indonesia. Penelitian ini merupakan kuantitatif. Berdasarkan analisis instrument data didapatkan bahwa kuesioner penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Berdasarkan uji asumsi kalsik, penelitian ini bersifat normal, tidak multikolinearitas dan tidak heteroskedastisitas. Hasil analisis data menggunakan regresi linear berganda. Berdasarkan uji hipotesis, bahwa variable X1 (literasi halal), X2 (ingredients) dan X3 (kesadaran halal) generasi z di Indonesia berpengaruh secara simultan terhadap variable Y (niat beli produk skincare berlabel halal) sebesar 51 %, sedangkan 49% dipengaruhi oleh variable lainnya. Secara parsial, variable X2 dan X3 berpengaruh terhadap variable Y. Adapun variable X1 tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y. Kemudian berdasarkan soal tes literasi halal menunjukkan bahwa Tingkat literasi halal generasi z di Indonesia berkategori baik atau tinggi dengan nilai 73,9%. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap para stakeholder industri halal; Pemerintah, BPJPH, Kemendikbud, Kemenag, Pendidik, Influencer dan lainnya berupa bahan evaluasi dan informasi terkait tingkat literasi halal, pengetahuan ingredients skincare dan kesadaran halal yang dimiliki generasi z di Indonesia dengan meningkatkan edukasi halal dan ingredients skincare yang menjadi titik kritis halal.

.....The use of skincare products is now becoming increasingly popular with Generation Z, both men and women. However, as a Muslim, the use of skincare must be clearly halal and safe. So that skincare products labeled halal become a solution for Muslims when using skincare products. This research aims to find out the influence of halal literacy, ingredients in skincare products and halal awareness on the intention to purchase skincare products labeled halal, a study on generation Z in Indonesia. Apart from that, this research wants to examine the level of halal literacy abilities of Generation Z in Indonesia through a halal literacy test. The research obtained 141 respondents, both men and women from generation Z (born 1997- 2012) in Indonesia. This research is quantitative. Based on instrument data analysis, it was found that this research questionnaire was valid and reliable. Based on the classical assumption test, this research is normal, not multicollinearity and not heteroscedastic. Results of data analysis using multiple linear regression. Based on hypothesis testing, variables X1 (halal literacy), X2 (ingredients) and other. Partially, variables X2 and X3

influence variable Y. The variable X1 has no partial effect on the variable Y. Then, based on the halal literacy test questions, it shows that the halal literacy level of Generation Z in Indonesia is in the good or high category with a score of 73.9%. The results of this research contribute to halal industry stakeholders; The government, BPJPH, Ministry of Education and Culture, Ministry of Religion, Educators, Influencers and others in the form of evaluation materials and information regarding the level of halal literacy, knowledge of skincare ingredients and halal awareness of generation z in Indonesia by increasing halal education and skincare ingredients which are the critical points for halal.