

PENGARUH *HALAL AWARENESS*, *HALAL CERTIFICATION*, *HALAL KNOWLEDGE*, DAN *ATTITUDE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* HALAL KOSMETIK PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA PADANG

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1
Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

Kuntum Khaira Ummah

2010521023

Dosen Pembimbing:

Dr. Verinita, SE, M.Si

PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2024

	No. Alumni Universitas	Kuntum Khaira Ummah	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Padang/03 Juni 2002 b) Nama Orang Tua : Ben Yanuardi dan Arnilawati c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) No Bp : 2010521023 f) Tanggal Lulus : 29 Juli 2024 g) Prediket Lulus: Dengan Pujian h) IPK : 3,82 i) Lama Studi : 3 Tahun 11 Bulan j) Alamat Orang Tua : Komp. Villa Melati Mas DD/2, Tabing, Padang		

Pengaruh *Halal Awareness, Halal Certification, Halal Knowledge, dan Attitude* terhadap *Purchase Intention Halal Kosmetik* pada Generasi Milenial di Kota Padang

Skripsi oleh: Kuntum Khaira Ummah

Pembimbing : Dr. Verinita, SE, M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *halal awareness, halal certification, halal knowledge, dan attitude* terhadap *purchase intention* halal kosmetik pada generasi milenial di kota padang. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan teknik penyebaran kuesioner secara online kepada Generasi Milenial di Kota Padang yang mengetahui dan memiliki minat untuk membeli kosmetik halal. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 155 sampel. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *software* SmartPls versi 4.0 dengan teknik analisa data *Structural Equation Modelling (SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *halal awareness* tidak memiliki pengaruh terhadap *purchase intention* halal kosmetik pada Generasi Milenial di Kota Padang, *halal certification* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* halal kosmetik pada Generasi Milenial, *halal knowledge* tidak memiliki pengaruh terhadap *purchase intention* halal kosmetik pada Generasi Milenial, *attitude* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* halal kosmetik pada Generasi Milenial.

Kata Kunci : *Halal Awareness, Halal Certification, Halal Knowledge, Attitude, Purchase Intention*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 29 Juli 2024

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dr. Verinita, SE, M.Si	Dr. Yulia Hendri Yeni, SE, MT, AK	Syafrizal, SE, ME, Ph.D

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen

Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D

NIP. 197106242006041007

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No Alumni Uiversitas	Nama:	Tanda Tangan: