

**PENGARUH RELIGIUSITAS, LOGO HALAL, PENGETAHUAN HALAL,  
DAN KESADARAN HALAL PADA NIAT BELI KOSMETIK HALAL  
MAKE OVER DI KOTA PADANG DENGAN SIKAP  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh :**

**Nici Hadani**

**2010521022**

**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**AGUSTUS 2024**

	No. Alumni Universitas	<b>NICI HADANI</b>	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/tgl lahir: Sungai Tambang/17 November 2001 b) Nama Orang Tua: Nurjasman dan Sawarti c) Fakultas: Ekonomi dan Bisnis d) Departemen: Manajemen e) NIM: 2010521022 f) Tanggal Lulus: 05 Agustus 2024 g) Predikat Lulus: Dengan Pujian h) IPK: 3,87 i) Lama Studi: 4 tahun h) Alamat Orang Tua: Dusun E Jorong Sungai Tambang IV		

**Pengaruh Religiusitas, Logo Halal, Pengetahuan Halal, dan Kesadaran Halal pada Niat Beli Kosmetik Halal Make Over di Kota Padang dengan Sikap sebagai Variabel Mediasi**

Skripsi oleh: *Nici Hadani*  
Pembimbing: *Dr. Alfitman, SE, MS.c*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh religiusitas, logo halal, pengetahuan halal, dan kesadaran halal pada niat beli kosmetik halal Make Over di Kota Padang dengan sikap sebagai variabel mediasi. Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada wanita berusia 17 tahun keatas yang berdomisili di Kota Padang, mengetahui kosmetik halal Make Over dan belum pernah membeli kosmetik halal Make Over. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan *software* SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan pada niat beli, logo halal berpengaruh positif dan signifikan pada niat beli, pengetahuan halal berpengaruh positif dan signifikan pada niat beli, kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan pada niat beli, dan sikap berpengaruh positif dan signifikan pada niat beli. Serta sikap mampu memediasi secara positif dan signifikan pengaruh religiusitas, logo halal, pengetahuan halal, dan kesadaran halal pada niat beli.

**Kata kunci:** *religiusitas, logo halal, pengetahuan halal, kesadaran halal, sikap, niat bel, kosmetik halal.*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 05 Agustus 2024

Abstrak telah disetujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Dr. Alfitman, SE, MS.c	Prof. Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM	Agriqisthi, SE, MM.

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 Universitas	Nama	Tanda Tangan