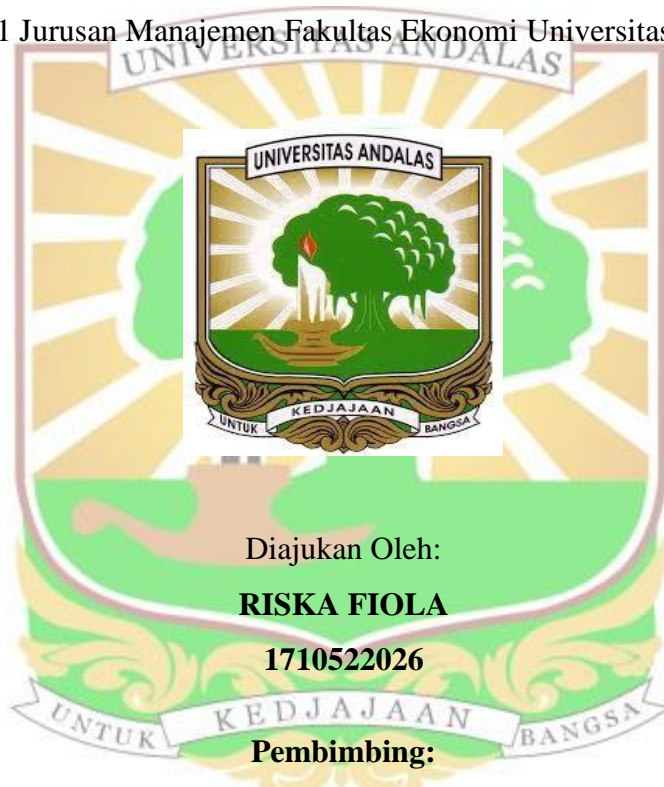


**PENGARUH *HALAL AWARENESS, RELIGIOSITY, PERCEPTION OF HALAL LABELS* DAN *SELF CONGRUITY* DENGAN *HALAL CERTIFICATION* SEBAGAI MODERASI TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK *SKINCARE HALAL SAFI*
(Survei pada Wanita Remaja hingga Dewasa di Sumatera Barat)**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

RISKA FIOLA


1710522026

Pembimbing:

Prof. Dr. Ratni Prima Lita, SE.,MM

NIP: 197103311999032001

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
MARET 2021**

	No. Alumni Universitas	RISKA FIOLA	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir: Padang/12 September 1999, b) Nama Orang Tua: Hamzar dan Asnidar, c) Fakultas: Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No Bp: 1710522026, f) Tanggal Lulus: 19 Maret 2021, g) Predikat Lulus: Dengan Pujian, h) IPK: 3,64 i) Lama Studi: 3 Tahun 8 Bulan, j) Alamat Orang Tua: Rawang Gunung Malelo, Surantih Kec. Sutea, Kab. Pesisir Selatan, Sumatera Barat.		

PENGARUH *HALAL AWARENESS*, *RELIGIOSITY*, *PERCEPTION OF HALAL LABELS* DAN *SELF CONGRUITY* DENGAN *HALAL CERTIFICATION* SEBAGAI MODERASI TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK *SKINCARE HALAL SAFI*

(Survei pada Wanita Remaja hingga Dewasa di Sumatera Barat)

Skripsi oleh: Riska Fiola

Pembimbing: Prof. Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *halal awareness*, *religiosity*, *perception of halal labels*, dan *self congruity* dengan *halal certification* sebagai moderasi terhadap *purchase intention* produk *skincare halal safi* pada wanita remaja hingga dewasa di Sumatera Barat. Penelitian ini menerapkan desain cross-section dan data kuantitatif yang dikumpulkan dari 185 responden yang terdaftar yaitu wanita remaja hingga dewasa di Sumatera Barat, menggunakan metode *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pada penelitian ini dilakukan pengujian data dengan melakukan analisis distribusi, uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis menggunakan *software SmartPLS* versi 3.3.3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *halal awareness* dan *religiosity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*, *perception of halal labels* dan *self congruity* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*, dan *halal certification* sebagai moderasi tidak memberikan pengaruh signifikan antara *halal awareness* dan *religiosity* terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci : **Halal Awareness, Religiosity, Perception of Halal Labels, Self Congruity, Halal Certification, Purchase Intention**

Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal **19 Maret 2021**
Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Prof. Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM	Syafrizal, SE, ME, PhD	Chairunnisya, SE, MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Hendra Lukito, SE, MM. Ph.D
NIP. 197106242006041007



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

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