

**PENGARUH PRODUCT QUALITY DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK HALAL *SKINCARE*
SERUM HANASUI DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA SISWI MAN 3 KOTA PADANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Guna Memenuhi Salah Satu
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Manajemen Bisnis Syariah



Oleh :

Nurlia Hidayah

2116030035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG
2025 M/ 1446 H**

PERNYATAAN KOERISINILAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurlia Hidayah

Nim : 2116030035

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Product Quality Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Produk Halal Skincare Serum Hanasui Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Siswi Man 3 Kota Padang", merupakan hasil karya saya sendiri, bukan duplikasi ataupun tiruan dari karya orang lain yang sudah dipublikasikan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar kesarjanaan UIN Imam Bonjol Padang ataupun perguruan tinggi lain. Selanjutnya apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinil, maka saya bersedia untuk menerima sanksi atas perbuatan tersebut. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 17 Juni 2025

Yang menyatakan



Nurlia Hidayah

NIM. 2116030035

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul " Pengaruh Product Quality dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Produk Halal *Skincare* Serum Hanasui Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Siswi Man 3 Kota Padang " yang disusun oleh Nurlia Hidayah NIM.2116030035 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk diajukan ke sidang munaqasah

Padang, 15 Mei 2025

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'R' followed by a horizontal line extending to the right.

Romi Iskandar, S.E., M.M
NIP. 197405202005011005

Pembimbing II

A handwritten signature in black ink, featuring a stylized 'R' followed by several loops and a vertical line at the end.

Rangga Wisanggara, MM
NIP. 198709142019031004

PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Skripsi dengan judul “Pengaruh Product Quality dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Produk Halal *Skincare* Serum Hanasui Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Siswi Man 3 Kota Padang”, disusun oleh Nurlia Hidayah NIM: 2116030035 telah diajukan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang pada hari Senin, 16 Juni 2025 dan dinyatakan Lulus dan dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana program studi strata satu (S1) pada Manajemen Bisnis Syariah.

Padang, 30 Juni 2025

Tim Penguji

Ketua



Prof. Ahmad Wira, M.Ag, M.Si., Ph.D
NIP. 197112011996031002

Sekretaris



Ghita Yoshanti, M.S.M
NIP. 198809232020122015

Anggota

Penguji I



Prof. Ahmad Wira, M.Ag, M.Si., Ph.D
NIP. 197112011996031002

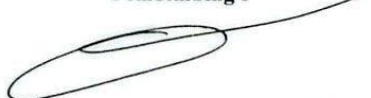
Penguji II



Ghita Yoshanti, M.S.M
NIP. 198809232020122015

Pembimbing

Pembimbing I



Romi Iskandar, S.E. M.M
NIP.197405202005011005

30/6/25
/9

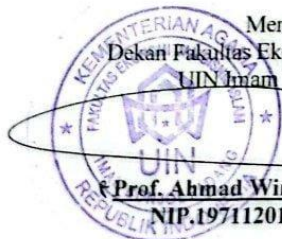
Pembimbing II



Rangga Wisanggara, MM
NIP. 198709142019031004

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Imam Bonjol Padang



Prof. Ahmad Wira, M.Ag, M.Si., Ph.D
NIP.197112011996031002

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh product quality dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang produk halal skincare serum Hanasui, dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif, melibatkan 180 responden yang merupakan siswi MAN 3 Kota Padang yang pernah atau sedang memakai produk halal skincare serum hanasui. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Alat analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah SmartPLS 3.0, dengan metode analisis yang mencakup uji outer model, uji inner model, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa product quality dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Product quality dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian, temuan ini juga menunjukkan bahwa kepuasan konsumen mampu memediasi product quality dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci : Minat Beli Ulang, Product Quality, Kepercayaan Konsumen, Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil a'lam, puji beserta syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga terus tercurahkan kepada Nabi besar kita, yakni Nabi Besar Muhammad SAW, yang sudah membawa umatnya dari zaman jahiliyah ke zaman yang penuh ilmu seperti pada saat sekarang ini.

Penulisan skripsi ini dalam rangka pemenuhan tugas akhir serta memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Dengan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Product Quality Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Produk Halal Skincare Serum Hanasui Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Siswi Man 3 Kota Padang”**.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sadar bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa ada arahan, bimbingan, dukungan serta doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada pihak-pihak yang turut mendukung dan membimbing penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Dengan ketulusan hati, penulis menyampaikan ribuan terimakasih kepada:

1. Kepada orang tua tercinta, yaitu Pahlawanku Bapak Mahmud dan Pintu Surgaku Ibu Nur Hasanah, terima kasih selalu berjuang dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, terima kasih telah memberikan kasih sayang yang tiada henti-hentinya dengan penuh cinta dan selalu memberikan dukungan serta doa yang teramat tulus. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, dan memberikan dukungan kepada penulis hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Penulis berharap dengan terselesaikannya skripsi ini, dapat menjadi bentuk penghormatan dan apresiasi atas segala perjuangan dan kasih sayang yang kalian berikan.
2. Adik laki-laki dan adik perempuan tercinta, Jakwan Falih dan Irfah Udzri kalian adalah semangat dan doa yang selalu hidup dalam setiap langkah kakak. Terima kasih telah menjadi alasan kakak untuk terus berjuang dan tidak menyerah. Semoga kalian juga tumbuh menjadi pribadi yang kuat, bijak, dan penuh cinta.
3. Rektor UIN Imam Bonjol Padang Ibu Prof. Dr. Martin Kustati, M.Pd beserta jajaran yang telah berupaya meningkatkan situasi dan kondusif pada UIN Imam Bonjol Padang.
4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak H. Ahmad Wira, M.Ag., M.Si., Ph.D beserta jajaran Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
5. Bapak Dr. Roni Andespa, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah UIN Imam Bonjol Padang yang telah mengarahkan dan memberikan saran dan kritik yang membangun dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Faznil Husna S. Rasyad MBA Seleksi Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Imam Bonjol Padang yang telah mengarahkan dan membantu dalam kelancaran penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Ranga Wisanggara, MM selaku dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan ilmu, dukungan, bimbingan dan arahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

8. Bapak Romi Iskandar, S.E, M.M selaku pembimbing I dan Bapak Rangga Wisanggara, MM selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, arahan, dan sumbangan pemikiran, sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Bapak Ahmad Wira, M.Ag., M.Si., Ph.D selaku penguji I dan Ibu Ghita Yoshanti, MSM selaku penguji II yang telah memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.
10. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak/Ibu Pegawai Akademik Mahasiswa (AKAMA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
11. Bapak/Ibu pegawai perpustakaan UIN IB Padang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menggunakan buku-buku sebagai bahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada teman seperjuangan saya Manajemen Bisnis Syariah BP 21 semoga kita bisa menyelesaikan pendidikan tepat waktu.
13. Arfika Ramadhani, Uzlifatul jannah, Masitho, Siska, Zulrahma Yeni, Radhiatul Avriani, Fitrah Qolbina, Azizah Caesa, Miftahul Makhfirah, dan Ririn Nefrilia selaku teman penulis yang senantiasa menemani penulis dalam keadaan sulit dan senang, memberikan dukungan serta motivasi, dan memberikan doa setiap langkah yang penulis lalui. sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
14. *Last but not least*, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah berusaha keras dan bertahan sejauh ini. Mampu melewati semua proses, mengendalikan diri dari keinginan untuk menyerah, dan menyelesaikan sesuatu, apapun prosesnya. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. *I wanna thank me for just being me at all times.*

Akhir kata, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah mempertemukan penulis dengan orang-orang baik dan luar biasa dalam hidup ini. Semoga segala bimbingan dan bantuan yang telah diberikan menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dengan penuh kerendahan hati, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca demi penyempurnaan skripsi ini. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Padang, 17 Juni 2025



Nurlia Hidayah

NIM. 2116030035

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GRAFIK	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Sistematika Penulisan	11
BAB II KAJIAN TEORI	13
A. Theory of Planned Behavior	13
B. Minat Beli Ulang	15
C. Product Quality	19
D. Kepercayaan Konsumen	25
E. Kepuasan Konsumen	32
F. Penelitian Terdahulu	39
G. Keterkaitan Antar Variabel	44
H. Kerangka Berpikir	49
I. Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Jenis Penelitian	52
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	53
C. Variabel Penelitian	53

D. Populasi dan Sampel	54
E. Sumber Data.....	56
F. Teknik Pengumpulan Data	57
G. Instrumen Penelitian.....	58
H. Definisi Operasional Variabel	59
I. Teknik Analisis Data	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
A. Gambaran Lokasi Penelitian	71
B. Karakteristik Responden	72
C. Analisis Data	75
D. Pembahasan.....	97
E. Implikasi.....	113
BAB V PENUTUP DAN SARAN.....	117
A. Kesimpulan	117
B. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Penentuan Skor Menggunakan Skala Likert	57
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	59
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	72
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	73
Tabel 4. 3 Jurusan Responden	73
Tabel 4. 4 Kelas Responden	74
Tabel 4. 5 Pembelian Serum Hanasui Responden.....	75
Tabel 4. 6 Tingkat Pencapaian Responden.....	76
Tabel 4. 7 TCR Variabel Product Quality (X1)	77
Tabel 4. 8 TCR Kepercayaan Konsumen (X2).....	78
Tabel 4. 9 TCR Minat Beli Ulang (Y).....	78
Tabel 4. 10 Kepuasan Konsumen (Z).....	79
Tabel 4. 11 Uji Convergent Validity.....	81
Tabel 4. 12 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	82
Tabel 4. 13 Cross Loadings	84
Tabel 4. 14 <i>Fornell-Lacker Creterion</i>	85
Tabel 4. 15 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	87
Tabel 4. 16 Nilai R-Square (R^2).....	88
Tabel 4. 17 Nilai Q-Square (Q^2)	89
Tabel 4. 18 Nilai F-Square (F^2).....	89
Tabel 4. 19 Effect Size Mediasi Upsilon (v)	90
Tabel 4. 20 Uji Path Coefficient	91
Tabel 4. 21 <i>Strandardized Root Mean Square Residual</i> (SRMR).....	92
Tabel 4. 22 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	93
Tabel 4. 23 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	95
Tabel 4. 24 Uji Hipotesis.....	96
Tabel 4. 25 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	97
Tabel 4. 26 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	101
Tabel 4. 27 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	104

Tabel 4. 28 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	106
Tabel 4. 29 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	108
Tabel 4. 30 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	110
Tabel 4. 31 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	112

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1.Hsil.Google.Trends.Pencarian.Kata.Kunci.“Produk.Halal Skincare” dalam tahun 2024	2
Grafik 1. 2 Tren Penjualan Paket Kecantikan pada Periode Q1 2024	3

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Model Struktural (Outer Model)	80
--	----