

**PENGARUH *HALAL AWARENESS* DAN *BRAND LIKING* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION PADA PRODUK SKINCARE HANASUI
DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu
Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah (MBS)*



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

Oleh:

Khairiyah Wahyuni Hasian Hutabarat

NIM. 2116030065

PROGRAM STUDI MANEJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

IMAM BONJOL PADANG

1447H / 2025M

PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khairiyah Wahyuni Hasian Hutabarat

NIM : 2116030065

Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Halal Awareness* Dan *Brand Liking* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Produk Skincare Hanasui Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi**" 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, kecuali bagian sumber informasinya yang telah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Selanjutnya apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah plagiasi atau tidak orisinal, maka saya bersedia untuk menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padang, Agustus 2025

nyatakan


Khairiyah Wahyuni Hasian Hutabarat

2116030065

PERSETUJUAN PEMBIMBING

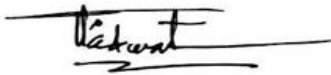
Skripsi ini berjudul "**Pengaruh *Halal Awareness* dan *Brand Liking* Terhadap *Repurchase Intention* pada produk skincare Hanasui dengan *Brand Image* sebagai variabel Mediasi**" yang disusun oleh Khairiyah Wahyuni Hasian Hutabarat Nim 2116030065 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk sidang munaqasyah.

Demikian persetujuan pembimbing ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 24 Juli 2025

Menyetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing I



Maidawati, S.E., M.Si
NIP: 196505101994032002

Pembimbing II



Ghita Yoshanti, MSM
NIP: 198809232020122015

PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQSAH

Skripsi dengan judul: "*Pengaruh Halal Awareness Dan Brand Liking Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Skincare Hanasui Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi*" yang disusun oleh Khairiyah Wahyuni Hasian Hutabarat, NIM 2116030065, telah diuji dalam Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, pada Kamis, 14 Agustus 2025 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Studi Strata (S1) pada Prodi Manajemen Bisnis Syariah

Padang, 24 Agustus 2025

Tim Penguji

Ketua

Maidawati, S.E, M.Si
NIP: 196505101994032002

Sekretaris

Abdi Fadhlán, MM
NIP. 199401242020121020

Anggota

Penguji I

Sri Ramadhan, S. HI, M.SI
NIP.198504242015032006

Penguji II

Abdi Fadhlán, MM
NIP. 199401242020121020

Pembimbing

Pembimbing I

Maidawati, S.E, M.Si
NIP: 196505101994032002

Pembimbing II

Ghita Yoshanti, MSM
NIP: 198809232020122015

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang



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

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah hirabbil' alamin, dengan mengucapkan segala puji syukur kepada Allah SWT atas semua nikmat, rahmat, dan hidayah yang terlimpahkan, nikmat kecukupan, dan kesenangan serta wujud doa, ujian, cobaan, dan terguramu sehingga dengan melalui semua itu penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Halal Awareness* Dan *Brand Liking* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Produk Skincare Hanasui Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi”** `Shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Berkat kemudahan dan izin dari Allah dan bantuan semua pihak akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya dan tak terhingga penulis sampaikan kepada orang yang sangat berarti dalam kehidupan penulis yaitu Orang tua tercinta, Ayah (Olan Sardy Hutabarat S.H) yang dengan segala keterbatasan karena sakit yang diderita, tetap tegar menahan rasa sakit demi mencari nafkah dan memenuhi kebutuhan anak-anaknya, termasuk dalam mendukung pendidikan penulis hingga ke jenjang sarjana. Pengorbanan dan ketulusan Ayah menjadi sumber kekuatan yang tak ternilai selama penulis menjalani proses ini. Tak lupa, penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Mama tercinta (Suhaeni Siregar), yang senantiasa hadir dengan doa, dukungan, dan kasih sayang tanpa batas. Doa Mama adalah penerang jalan dalam setiap langkah penulis menuju impian ini. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bentuk cinta dan bakti

kepada Ayah dan Mama tercinta. Semoga Allah membalas segala kebaikan dan pengorbanan Ayah dan Mama dengan keberkahan dan kebahagiaan yang tak terhingga.

Dalam proses menyelesaikan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai rintangan, hambatan, dan kesulitan. Namun, berkat niat yang tulus, tekad yang kuat, serta dukungan berupa bantuan moril, materi, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Martin Kustati, M.Pd selaku Rektor UIN Imam Bonjol Padang beserta jajaran.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak H. Ahmad Wira, M.Ag, M.Si., Ph.D beserta jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
3. Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah Bapak Dr. Roni Andespa, SE, M.M dan Sekretaris Prodi Ibu Faznil Husna S.Rasyad, MBA.
4. Dosen Penasehat Akademik (PA) Ibu Novia Indriani SE, M. Si yang telah memberikan ilmu, dukungan, dan arahnya selama masa perkuliahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Maidawati, SE, M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Ghita Yoshanti, MSM selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, arahan dan sumbangan pemikiran serta kritik dan saran, sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

6. Ibu Sri Ramadhan, S. HI, M.SI dan Bapak Abdi Fadhlán, MM selaku penguji yang telah memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Semua Staff perpustakaan dan staf tata usaha yang telah turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada seluruh keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang, terutama prodi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 21, terima kasih selama perkuliahan telah menjadi berbagai macam peran, berbagai pengalaman, cerita dan bertukar pikiran. Semoga kita selalu diberikan kesuksesan, Aamiin.
10. Terima kasih untuk saudara kandung yang sangat penulis sayangi, Abang (Mangaraja Indra Hasian Hutabarat S.E) yang dengan penuh keikhlasan turut membantu meringankan beban biaya selama penulis menjalani perkuliahan, kakak (Israini Arifah Hasian Hutabarat S.E), dan adik bungsu (Syakir Izzulhaq Hasian Hutabarat) yang selama ini memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan proposal penelitian sampai pada tahap penyusunan skripsi ini telah selesai.
11. Teman seperjuangan, sekos, sekasur, di perantauan ini (Tari, Anggie, dan Intan) terima kasih yang sebesar-besarnya karena telah sabar dan tulus bersedia direpotkan dalam berbagai urusan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bantuan, dukungan, waktu, serta kebersamaan yang telah menjadi penguat dalam menghadapi segala tantangan selama masa perkuliahan.

12. Kepada sahabat Dini Khairani, terima kasih atas segala bentuk dukungan, semangat, dan perhatian yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
13. Kepada seluruh teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) terutama *The Bentor Family* (Ara, Makwo Hesti, Geby, Yunyun, dan Yoca) yang telah menjadi bagian dari perjalanan penuh kenangan dan pembelajaran selama menjalani program KKN.
14. Kepada seluruh masyarakat kota Padang yang sudah bersedia menjadi responden dan telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya.
15. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah, sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, semangat, dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini. Mohon maaf apabila terdapat banyak kesalahan dan dosa yang disengaja maupun tidak disengaja. Semoga Allah SWT. Melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya serta membalas kebaikan semua pihak.

Semoga bimbingan, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan menjadi amal kebaikan dan diridhoi oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua dan semoga Allah SWT. Selalu memberikan Rahmat-Nya kepada kita semua dengan pahala yang berlipat ganda.

Aamiin Ya Rabbal A'lamin.

Padang, Agustus 2025

Penulis



Khairiyah Wahyuni Hasian Hutabarat

2116030065

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Pengaruh *Halal Awareness* dan *Brand Liking* terhadap *Repurchase Intention* pada Produk Skincare Hanasui dengan *Brand Image* sebagai Variabel Mediasi**”, disusun oleh Khairiyah Wahyuni Hasian Hutabarat (2116030065), Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang tahun 2025. Fenomena dalam penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran konsumen Muslim terhadap pentingnya kehalalan produk non-pangan seperti skincare, serta tingginya kompetisi brand lokal dalam industri kosmetik, termasuk Hanasui yang dikenal dengan harga terjangkau dan telah bersertifikasi halal. Namun, masih terdapat keraguan sebagian konsumen dalam melakukan pembelian ulang produk meskipun Hanasui telah memenuhi standar halal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Halal Awareness* dan *Brand Liking* terhadap *Repurchase Intention* konsumen produk skincare Hanasui, dengan *Brand Image* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang pernah menggunakan produk skincare Hanasui, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis SEM-PLS melalui *software* SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Halal Awareness* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Repurchase Intention*, namun berpengaruh positif signifikan terhadap *Brand Image*. *Brand Liking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image* dan *Repurchase Intention*. Sementara itu, *Brand Image* juga berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention*, serta mampu memediasi hubungan antara *Halal Awareness* dan *Brand Liking* terhadap *Repurchase Intention*. Hasil ini menunjukkan bahwa citra merek berperan penting dalam mendorong loyalitas konsumen terhadap produk halal skincare. Ketidaksignifikanan pengaruh langsung *Halal Awareness* terhadap *Repurchase Intention* dapat disebabkan oleh persepsi negatif sebagian konsumen terhadap kualitas produk murah. Untuk penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah penelitian serta menambahkan variabel lain seperti kualitas produk atau kepercayaan konsumen.

Kata Kunci: *Halal Awareness, Brand Liking, Brand Image, Repurchase Intention*

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQSAH.....	ii
PERNYATAAN KEORISINILAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Batasan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	13
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. <i>Theory Of Planned Behavior</i>	17
B. <i>Repurchase Intention</i>	20
C. <i>Halal Awareness</i>	22
D. <i>Brand Liking</i>	24
E. <i>Brand Image</i>	26
F. Kerangka Penelitian.....	38
G. Hipotesis	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Jenis penelitian.....	49
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	49
C. Populasi dan Sampel.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data	53
E. Instrumen Penelitian	54
F. Metode Pengumpulan Data.....	54
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian	55

H.	Indikator Variabel Penelitian.....	57
I.	Teknik Analisis Data	58
1.	Analisa <i>Outer Model</i>	60
2.	Analisis <i>Inner Model</i>	62
3.	Uji Hipotesis.....	63
4.	Spesifikasi Model Dan Persamaan Struktural	63
5.	Uji Kecocokan (<i>Testing Fit</i>)	63
6.	<i>R-Square Test</i>	64
7.	<i>Path Coefficient Test</i>	64
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	65
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	65
B.	Karakteristik Responden.....	70
C.	Analisis Deskriptif	72
D.	Uji Smart-PLS.....	78
1.	Analisis <i>Outer Model</i>	78
2.	Analisis <i>Inner Model</i>	85
3.	Uji Hipotesis	89
E.	Hasil dan Pembahasan	94
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	111
A.	Kesimpulan	111
B.	Saran	112
	DAFTAR PUSTAKA.....	114
	LAMPIRAN.....	122