

**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HALAL
TOILETRIES DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI DAN RELIGIUSITAS SEBAGAI MODERASI
PADA MASYARAKAT MUSLIM DI KOTA PADANG**

Tesis

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Meraih Gelar
Magister Ekonomi (ME) Pada Program Studi Ekonomi Syariah*



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

Oleh:

WAHYU SRIUTAMI

NIM. 2420030008

**PRODI EKONOMI SYARIAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG**

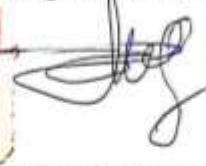
2025 M / 1446H

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa sejauh yang diketahui, dalam Tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Sepengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, melainkan yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar kepustakaan.

Padang, 19 Januari 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Wahyu Sriutami

NIM. 2420030008

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis yang berjudul *Determinan Kepuasan Pembelian Produk Halal Toiletries dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi dan Religiusitas sebagai Moderasi pada Masyarakat Muslim di Kota Padang* di susun oleh Wahyu Sriutami, NIM : 2420030008. Program Studi Ekonomi Syariah, fakultas Pascasarjana, Perguruan tinggi Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang Telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang Munaqasah.

Padang, 15 Januari 2025

Pembimbing I



Prof. Dra. Hulwati, M.Hum.Ph.D
NIP.196401131993032002

Pembimbing II



Dr. Aidil Novia, M.A
NIP.197811072008011011

HALAMAN PENGESAHAN

Naskah Tesis dengan berjudul **Determinan Keputusan Pembelian Produk Halal Toiletries dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi dan Religiusitas sebagai Moderasi pada Masyarakat Muslim di Kota Padang** di susun oleh **Wahyu Sriutami**, NIM: 2420030008. Program Studi **Ekonomi Syariah**, fakultas **Pascasarjana**, Perguruan tinggi **Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang**. Telah memenuhi persyaratan ilmiah dan diperbaiki sebagaimana kritikan dan saran dari Tim Penguji Sidang Munaqasyah.

Disahkan di : Padang
Tanggal : 12 Februari 2026

Tim Penguji Sidang
Ujian Munaqasyah Terbuka

Dr. Fitra Nelli, M.Ag
Penguji 1/Ketua

Helmalia, S.E.MM
Penguji 2/Sekretaris

Prof. Dr. Rozalinda, M.Ag
Penguji 3

Prof. Dr. Testru Hendra, M.Ag
Penguji 4

Prof. Dra. Hulwati, M.Hum., Ph.D
Penguji 5

Dr. Aidil Novia, M.A
Penguji 6

Mengetahui,

Pencapaian Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang


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

KATA PENGANTAR

Assalamu‘alaikum, Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur penulis sampaikan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta taufiq dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian tesis dengan judul “Determinan Keputusan Pembelian Produk *Halal Toiletries* dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi dan Religiusitas sebagai Moderasi Pada Masyarakat Muslim di Kota Padang”. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Insan Mulia baginda Rasulullah SAW, dengan lantunan doa *allahuma shalli ‘alaa sayyidina Muhammad wa ‘alaa aalaih*, yang telah menjadi figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan di teladani, memperbaiki akhlak dan budi pekerti manusia menuju zaman yang penuh dengan nuansa Islami seperti yang kita rasakan sekarang ini.

Tesis ini ditulis untuk melengkapi tugas dan salah satu syarat guna meraih gelar Magister Ekonomi (M.E) pada program studi Ekonomi Syariah di Pascasarjana Universitas Islam Negeri Imam Bonjol (UIN IB) Padang. Tesis ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Rektor UIN Imam Bonjol Padang Prof. Dr. Martin Kustati, M.Pd beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan Bapak Prof. Nurus Shalihin M.Si.,Ph.D., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Kepegawaian Bapak Dr.Lukmanul Hakim, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja sama Ibu Prof. Nelmawarni, S. Ag, M.Hum., Ph.D
2. Bapak Direktur Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang Prof. Ahmad Wira, M.Si.,M.Ag.,Ph.D, Wakil Direktur Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang Ibu Prof. Dr. Elfia,M.Ag dan civitas akademisi Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang.

3. Ketua Prodi Ekonomi Syariah Ibu Dr. Fitra Nelli M.Ag dan Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah Ibu Helmalia, S.E, M.M yang telah memberikan fasilitas, kesempatan menimba ilmu, dan pelayanan dengan baik selama perkuliahan dan penyelesaian Tesis ini.
4. Ibu Prof Dra. Hulwati, M.Hum.,Ph.D selaku Pembimbing Akademik (PA) dan pembimbing I serta Bapak Dr. Aidil Novia, M.Ag sebagai pembimbing II yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, dan arahan dengan sabar, ikhlas, dan rasa tanggung jawab sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Tidak lupa kepada Ibu Prof. Dr. Rozalinda, M.Ag selaku penguji I dan Bapak Prof. Dr. Testru Hendra, M.Ag selaku penguji II.
5. Bapak dan Ibu dosen serta staf akademisi Pascasarjana UIN IB Padang yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Pascasarjana UIN IB Padang.
6. Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, ayahanda Sayoto tersayang yang telah memberikan semua perhatian, kasih sayang sehingga penulis bisa selalu kuat dan menjadi tangguh dan Ibunda Almh Tando Yusepa tercinta walaupun raga nya sudah jauh tetapi akan tetap dikenang sepanjang hayat. Teruntuk kakak penulis yang tercinta, Neneng Dwiminja Wati, S.Pd.,Gr., kembaran penulis Awan Sasmito,A.Md, adik penulis Enggal prihatin dan keluarga besar penulis lainnya terima kasih atas segala kasih sayang, perhatian dan motivasi serta doanya dalam penyelesaian tesis ini.
8. Terimakasih kepada Masyarakat Muslim di Kota Padang yang telah berkenan membantu dalam penyelesaian tesis ini.
9. Terimakasih kepada sahabat peneliti Riri Angelita Fitri S.Pd, Firda Ningsih, S.E, Tari Geo Viska, S.E, Wulan Paramita S.E dan teman-teman

Magister Ekonomi Syariah Angkatan 2024 yang telah menjadi saudara serta yang merangkul dan memberikan semangat kepada peneliti.

10. Terimakasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan tesis ini dari awal hingga akhir yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan Tesis ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila Tesis ini masih memiliki banyak kekurangan.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Semoga apa yang penulis lakukan mendapat ridho dan dihitung ibadah oleh Allah Swt. Aamiin

Wassalamu‘alaikum Wr. Wb

Padang, 19 Januari 2026

Peneliti



Wahyu Sriutami

NIM. 2420030008

ABSTRAK

Halal Toiletries merupakan produk perawatan diri yang diproduksi sesuai dengan prinsip kehalalan dan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen Muslim. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkapkan determinan keputusan pembelian produk *halal toiletries* yang meliputi kesadaran halal, citra merek dan kualitas produk dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi dan religiusitas sebagai moderasi. Metode dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif, dengan populasinya adalah masyarakat Muslim di Kota Padang yang pernah membeli produk *halal toiletries*. Ukuran sampel menggunakan 156 sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan teknis analisis menggunakan Sem-PLS dengan software Smart-PLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *halal toiletries* sedangkan kesadaran halal berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Kesadaran halal dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *halal toiletries* dengan kepercayaan sebagai mediasi, sedangkan citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan sebagai mediasi. Kesadaran halal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk *halal toiletries* dengan religiusitas sebagai moderasi. Kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk *halal toiletries* dengan religiusitas sebagai moderasi. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan wawasan bagi industri halal dalam mengoptimalkan kualitas produk dan citra merek untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk halal.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Kesadaran Halal, Citra Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan, Religiusitas

ABSTRACT

Halal Toiletries are personal care products produced in accordance with halal principles and are intended to meet the needs of Muslim consumers. The purpose of this study is to reveal the determinants of purchasing decisions for halal toiletries products, including halal awareness, brand image, and product quality with trust as a mediating variable and religiosity as a moderating variable. The method in this study uses quantitative, with the population being the Muslim community in Padang City who have purchased halal toiletries products. The sample size used 156 samples. The sampling technique used purposive sampling and technical analysis used Sem-PLS with Smart-PLS 4 software. The results of this study indicate that product quality and brand image variables have a positive and significant effect on purchasing decisions for halal toiletries products, while halal awareness has a negative and insignificant effect. Halal awareness and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions for halal toiletries products with trust as a mediator, while brand image has a positive and insignificant effect on purchasing decisions with trust as a mediator. Halal awareness has a positive and insignificant effect on purchasing decisions for halal toiletries products with religiosity as a moderating factor. Product quality has a negative and insignificant effect on purchasing decisions for halal toiletries, with religiosity as a moderating factor. Therefore, this study offers insights for the halal industry in optimizing product quality and brand image to influence consumer purchasing decisions for halal products.

Keywords : Purchase Decision, Halal Awareness, Brand Image, Product Quality, Trust, Religiosity

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Batasan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TEORI DAN LITERATUR REVIEW	11
2.1 Kerangka Teori	11
2.1.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.2 Kesadaran Halal.....	14
2.1.3 Citra Merek.....	16
2.1.4 Kualitas Produk	18
2.1.5 Kepercayaan	19
2.1.6 Religiusitas	20
2.2 Literatur Review	22
2.3 Hipotesis	25
2.4 Kerangka Berfikir.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31

3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Lokasi dan Waktu penelitian	31
3.3 Defenisi Operasional.....	31
3.4 Sumber Data Penelitian	33
3.5 Populasi Dan Sampel	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data	35
3.7 Instrumen Penelitian.....	36
3.8 Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	43
4.2. Hasil Analisis Deskriptif	44
4.3. Hasil Analisis Data.....	51
4.3.1 Model Pengukuran (Outer Model)	52
4.3.2 Model Structural (Inner Model)	65
4.3.3 Kecocokan Model.....	74
4.4. Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Implikasi	93
5.3 Rekomendasi	94
5.4 Keterbatasan Studi.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	105