

***PENGARUH SPIRITUAL INTELLIGENCE, ATTITUDE,
PRODUCT KNOWLEDGE DAN BRAND IMAGE TERHADAP
INTENTION TO PURCHASE HALAL COSMETICS***

GHANIMAH

8215118174



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

***THE EFFECT OF SPIRITUAL INTELLIGENCE, ATTITUDE,
PRODUCT KNOWLEDGE AND BRAND IMAGE ON
INTENTION TO PURCHASE HALAL COSMETICS***

GHANIMAH

8215118174



Skripsi is Written as Part Of Bachelor Degree in Economics Accomplishment

**STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT
MAJOR IN MARKETING
DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2016**

ABSTRAK

Ghanimah, 2016; Pengaruh Spiritual Intelligence, Attitude, Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Intention To Purchase Halal Cosmetics. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo SE, M.Si & Usep Suhud, Ph.D

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari dan membandingkan faktor-faktor yang mempengaruhi variabel Minat beli serta melakukan pengujian pada variabel *Spiritual Intelligence, Attitude, Brand Image* dan *Product Knowledge*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Mall Arion Rawamangun. Total sampel berjumlah 200 orang. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS 21 dan AMOS 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel spiritual intelligence berpengaruh terhadap attitude dan variabel brand image dan product knowledge tidak berpengaruh pada minat beli konsumen. Nilai fit model dengan P sebesar 0.202, CMIN/DF sebesar 1.069, TLI sebesar 0.992, CFI sebesar 0.993, dan RMSEA sebesar 0.019.

Kata kunci: *spiritual intelligence, attitude, brand image, product knowledge, intention to purchase.*

ABSTRACT

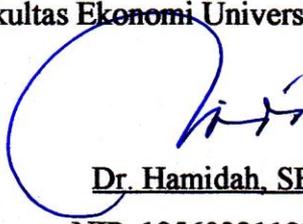
Ghanimah, 2016 : The Effect Of Spiritual Intelligence, Attitude, Brand Image and Product Knowledge On Intention To Purchase Halal Cosmetics. Thesis : Jakarta : Marketing Management Concentration, Major in Management, Faculty of Economy, Universitas Negeri Jakarta. Thesis Advisisory : Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si and Usep Suhud Ph.D

The objective of this research is to measure the effect of Spiritual Intelligence, Attitude, Brand Image and Product Knowledge on Intention To Purchase Halal Cosmetics. Technique sampling using purposive sampling. The sample of population is two hundred visitors of Mall Arion Rawamangun. Quantitative analysis is using SPSS 21 and AMOS 22. The result shows : Spiritual Intelligence is a significant factor to customer purchase intention. Brand image and product knowledge is a significant factors to customer purchase intention. Specifically, in fit model value with P is 0.202, CMIN/DF is 1.069, TLI is 0.964, CFI is 0.967, and RMSEA is 0.019.

Keywords : Spiritual Intelligence, Attitude, Brand Image, Product Knowledge, Purchase Intention

LEMBAR PENGESAHAN

**Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**


Dr. Hamidah, SE., M.Si.

NIP. 195603211986032001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		

Dr. Gatot Nazir Ahmad S.Si., M.Si.

NIP.197206272006041001



Penguji Ahli

Dr. Mohamad Rizan SE, MM

NIP.197206272006041001



Dosen Pembimbing

Setyo Ferry Wibowo, SE, MSi

NIP.19700605 200112 2001

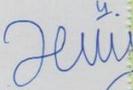


PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 22 Juli 2016
Yang Membuat Pernyataan

y.



Ghanimah

No Reg : 8215118174

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkah dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Spiritual Intelligence, Attitude, Product Knowledge* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana bagi mahasiswa program studi S1 pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis memohon maaf atas ketidaksempurnaan penulis dalam pembuatan skripsi dan penulis sudah berusaha untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Drs. Hasan Baesyir dan Ibu Heriyah Nuguh, Bc.ak atas segala pengorbanan, perhatian, kasih sayang, dan doanya selama ini. Saya persembahkan skripsi ini untuk kalian.
2. *My soulmate*, Nenek tercinta, Faridah Saleh Jessar, terimakasih atas kasih sayang, cinta, pelajaran dan perhatian yang penulis terus rasakan hingga sekarang.
3. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing 1 atas bimbingan, nasihat, dan motivasinya selama ini.
4. Bapak Usep Suhud, Ph.D, selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan memberikan motivasi serta nasihat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Dedi Purwana, E.S., M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
6. Ibu Dra. Umi Mardiyati, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen dan penguji skripsi penulis dalam pemberian sarannya

7. Bapak Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, sekretaris sidang skripsi penulis dan Dosen Penguji.
8. Ibu Dra. Basrah Saidani M.Si selaku Dosen Penguji
9. Semua dosen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (FE UNJ) yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu
10. Seluruh staf dan karyawan FE UNJ yang telah banyak membantu penulis selama menempuh kegiatan akademik di Universitas Negeri Jakarta
11. Asisten tercinta, Marni, terimakasih atas bantuan, perhatian dan motivasinya dalam berbagai hal yang dapat membuat penulis berusaha untuk menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
12. Balfas bersaudara tercinta, Najma Balfas dan Hanan Balfas, terimakasih sudah mau mendengarkan keluh kesah penulis dan menyediakan rumahnya untuk penulis mengerjakan skripsi dengan situasi yang menyenangkan.
13. Saudara tercinta, Salwa Alatas, yang bersedia mendengarkan curahan hati dari penulis dan membantu penulis bangkit dalam mengerjakan skripsi.
14. Keluarga besar Faraj Jessar, Rumaisha Basyaib, Nadiya Jessar, Fitriyah Jessar Wasilah Jessar, Affaf Balfas dan Nazira Jessar yang membantu dalam pengisian kuesioner dan memberikan support kepada penulis. Serta anggota keluarga besar Faraj Jessar lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
15. Sahabat tercinta, Tri Alin Widianingrum, Ananda Nur Hidayah, Nur Rizky dan Fitria Erwin terimakasih atas motivasi dan perhatian kalian terhadap penulis sehingga penulis bersemangat menyelesaikan skripsi.
16. Nawangsari Puji Cahyaningtyas, terimakasih atas bantuannya dan infonya dalam mengerjakan skripsi sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi dengan lebih mudah.
17. Terimakasih kepada teman teman seperjuangan, Farhan Yusron, Nensi Ratnasari, Rahma Fathia, Annisa Rahmiany, Sri Agustiningsih, Krisna Hendiarto, Byan Edo, Elmia, Rika dan yang lainnya yang telah membantu penulis dalam mengerjakan skripsi dan memberikan dorongan moril.

18. Terimakasih kepada kelas Non Reg B 2011 yang telah memberikan masa-masa yang menyenangkan bagi penulis selama menjalankan studi di Universitas Negeri Jakarta.
19. Terimakasih kepada seluruh anggota Chibi Super, Yana, Tia, Nensi, Titi, Ghina, Indira, Mami, Aul, Nining dan Cina yang telah membuat penulis merasa tidak sendiri dan kesepian selama menjalankan studi di Universitas Negeri Jakarta.
20. Terimakasih kepada Herman yang membantu penulis dalam menyelesaikan masalah-masalah yang berhubungan dengan skripsi.
21. Pihak yang telah membantu dan tidak dapat penulis lampirkan seluruhnya. Dengan segala keterbatasan dalam skripsi ini, penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi banyak pihak. Saran dan kritik yang membangun, penulis tunggu demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, Februari 2016

Penulis