

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *HALAL LABEL* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* KAHF DENGAN EFEK
MODERASI: ORIENTASI *SKINCARE* PRIA (STUDI PADA
MASYARAKAT KOTA BANJARMASIN)**

MUHAMMAD FADILLAH

NIM: 2110312210012



**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2026

SKRIPSI
PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *HALAL LABEL* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* KAHF DENGAN EFEK
MODERASI: ORIENTASI *SKINCARE* PRIA (STUDI PADA
MASYARAKAT KOTA BANJARMASIN)”

MUHAMMAD FADILLAH

NIM: 2110312210012

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

PROGRAM STUDI
MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN

2026

LEMBAR LEGALITAS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

Judul : Pengaruh *Brand Image* dan *Halal Label* terhadap Keputusan
Pembelian Produk *Skincare* Kahf dengan Efek Moderasi:
Orientasi *Skincare* Pria (Studi pada Masyarakat Kota
Banjarmasin)

Nama : Muhammad Fadillah

NIM : 2110312210012

disetujui,
Pembimbing,



Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D
NIP. 197009132005012003

Penguji I,



Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si
NIP. 197307272001122001

Penguji II,



M. Yudy Rachman, SE, MM
NIP. 198210232005011001

diketahui,

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat

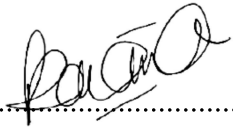

Abdul Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 197007072005011001

Tanggal Lulus: 27 Juni 2026

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

Nama : Muhammad Fadillah
NIM : 2110312210012
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan *Halal Label* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Kahf dengan Efek Moderasi: Orientasi *Skincare* Pria (Studi pada Masyarakat Kota Banjarmasin)
Matakuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Sabtu, 27 Juni 2026
Waktu Ujian : 10.00 – 12.00
Tempat Ujian : Ruang Ujian 1 Post Graduate

Tim Penguji

Pembimbing : Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D (.....)

Penguji I : Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si (.....)

Penguji II : M. Yudi Rahman, SE, MM (.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Muhammad Fadillah
NIM : 2110312210012
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan *Halal Label* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Kahf dengan Efek Moderasi: Orientasi *Skincare* Pria (Studi pada Masyarakat Kota Banjarmasin)
Matakuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Sabtu, 27 Juni 2026
Waktu Ujian : 10.00 – 12.00
Tempat Ujian : Ruang Ujian 1 Post Graduate

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji. Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapat persetujuan.

Banjarmasin, 08 Juli 2026

Mahasiswa,



Muhammad Fadillah
NIM. 2110312210012

Dosen Pembimbing,



Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D
NIP. 197009132005012003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat



Abdul Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 197007072005011001

SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Banjarmasin, 08 Juli 2026

No : -
 Hal : Persetujuan Perbaikan Skripsi
 Lampiran : 3 (tiga) surat asli

Kepada Yth.
 Ketua Jurusan SI Manajemen
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
 di tempat

Sehubungan dengan hasil ujian skripsi dan saran perbaikan skripsi yang diberikan oleh dosen penguji, maka saya atas nama:

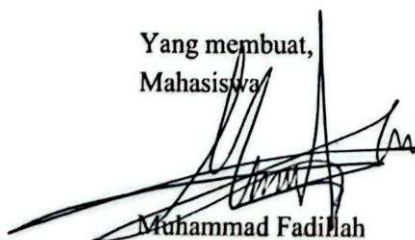
Nama : Muhammad Fadillah
 NIM : 2110312210012
 Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan *Halal Label* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Kahf dengan Efek Moderasi: Orientasi *Skincare* Pria (Studi pada Masyarakat Kota Banjarmasin)
 Tanggal Ujian : Sabtu, 27 Juni 2026

Nama/NIP Dosen	Jabatan	Tanggal disetujui	Tanda Tangan
Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D NIP. 197009132005012003	Pembimbing	08 Juli 2026	

Menyatakan bahwa benar telah melakukan perbaikan skripsi dengan benar dan sesuai saran yang diberikan pada saat ujian skripsi dan diketahui oleh Dosen Pembimbing dan diberikan persetujuan untuk melanjutkan proses administrasi selanjutnya.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Yang membuat,
 Mahasiswa


 Muhammad Fadillah
 NIM. 2110312210012



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Brigjen. H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3305116 Laman : <http://feb.ulm.ac.id>

BERITA - ACARA

(UJIAN SKRIPSI UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN)

Pada hari ini **Sabtu** tanggal **27 Juni 2026** Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan Surat Keputusan **No. 004.75/UN8.1.12/SP/2026** tanggal **26 Juni 2026**.

Telah mengambil Ujian Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen atas ;

1. Nama calon : **MUHAMMAD FADILLAH**
2. Nomor Mahasiswa : **2110312210012**
3. Tempat Ujian : **Ruang Sidang 1 PG**
4. Ujian dilaksanakan : dari Jam **10.00 Wita**
s/ d Jam **12.00 Wita**
5. Hasil Ujian dengan nilai : 82 (A.)

Demikian berita acara ini dibuat dengan sebenarnya.

Banjarmasin, **27 Juni 2026**

Tanda tangan calon,

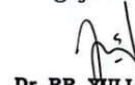

MUHAMMAD FADILLAH

Pembimbing


LAILA REFIANA SAID, S.Psi, M.Si, Ph.D

PANITIA UJIAN

Penguji 1


Dr. RR. YULIANTI PRIHATININGRUM, SE, M.Si

Penguji 2


M. YUDY RACHMAN, SE, MM



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Fakultas Ekonomi Unlam, Jl. Brigjend H.Hasan Basry, BANJARMASIN - 70123 Tlp & Fax (0511) 3305116

SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI

Nomor: 23/UN8.1.12.3/JTAM.2.2026

Diberikan Kepada :

Nama : MUHAMMAD FADILLAH
NIM : 2110312210012
Program Studi : MANAJEMEN FEB ULM
Judul Artikel : PENGARUH BRAND IMAGE DAN HALAL LABEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE KAHF DENGAN ORIENTASI SKINCARE PRIA SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI PADA MASYARAKAT KOTA BANJARMASIN)

Telah dideteksi tingkat kemiripan (plagiasi) dengan *software Turnitin* dengan hasil deteksi sebesar 13%, karena itu artikel JTAM ini dinyatakan bebas plagiasi sesuai SK Rektor Nomor 053/UN8/PK/2017

Banjarmasin, 6 Agustus 2026

Koordinator Prodi

Abdul Hadi, SE, M.Si

NIP. 19700707 200501 1 001



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN/ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Fadillah
NIM : 2110312210012
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat
Judul : **“Pengaruh *Brand Image* dan *Halal Label* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Kahf dengan Efek Moderasi: Orientasi *Skincare* Pria (Studi pada Masyarakat Kota Banjarmasin)”**

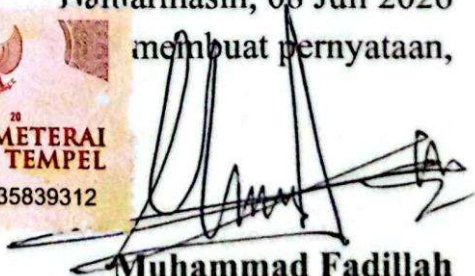
Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali dicantumkan sebagai kutipan/acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber kutipan/acuan.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi hasil jiplakan, plagiat maupun manipulasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan tanpa paksaan dari siapapun.



Banjarmasin, 08 Juli 2026
membuat pernyataan,


Muhammad Fadillah
NIM. 2110312210012

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memungkinkan penulis untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Brand Image* dan *Halal Label* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Kahf dengan Efek Moderasi: Orientasi *Skincare* Pria (Studi pada Masyarakat Kota Banjarmasin)**". Skripsi ini dibuat guna memenuhi syarat dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin. Pada bagian yang penuh makna ini penulis ingin menitipkan rasa terimakasih yang tak terhingga. Bismillahirrahmanirrahiim, penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE, M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat beserta jajaran.
2. Bapak Dr. Ahmad Yunani, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat sekaligus Pelindung BEM FEB ULM periode 2025 Kabinet Laksana Cita yang membantu saya dalam pengembangan diri saya sebagai mahasiswa baik softskill dan hardskill.
3. Ibu Dr. Muzdalifah, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Hamdani, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Wakil Dekan Bidang Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
5. Bapak Dr. Asrid Juniar, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat sekaligus Pembimbing BEM FEB ULM periode 2025

Kabinet Laksana Cita yang membantu saya dalam pengembangan diri saya sebagai mahasiswa dan selalu mendukung segala bentuk kegiatan pengembangan diri mahasiswa FEB ULM agar kelak lulusan FEB ULM dapat menjadi orang yang dapat berpengaruh bagi Masyarakat.

6. Bapak Abdul Hadi, S.E, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada beliau yang selalu memberikan nasihat kepada penulis agar menjadi mahasiswa yang berkembang dan bermanfaat bagi sekitar.
7. Bapak Dr. Abdurrahman Sadikin, S.E, M.M., selaku Dosen Penasihat Akademik yang telah memberikan bimbingan, nasihat, dan arahan selama proses perkuliahan.
8. Ibu Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D., selaku Dosen pembimbing skripsi yang senantiasa meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, saran, serta arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
9. Ibu Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si., dan Bapak M. Yudy Rachman SE, MM, selaku Dosen Penguji dalam ujian skripsi yang telah membantu dalam memberikan arahan, masukan, dan saran untuk perbaikan dalam penyusunan skripsi.
10. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis.

11. Seluruh staff FEB ULM yang telah membantu dengan memberikan informasi selama proses perkuliahan maupun selama proses penulisan skripsi.
12. Orang tua tercinta, Alm Supiannoor dan Ramlah, yang selama ini selalu memberikan segalanya kepada saya, terimakasih atas waktu, pikiran serta tenaga yang sudah diberikan kepada saya sampai saya bisa duduk menempuh pendidikan di perguruan tinggi dengan kasih sayang, doa, dan dukungan kepada anaknya dalam menempuh studi ini agar menjadi anak yang dapat berbakti dan tumbuh menjadi lebih baik.
13. Universitas Lambung Mangkurat terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah menjadi tempat saya untuk menempa diri, belajar, dan berkembang untuk menjadi pribadi yang memberikan manfaat bagi bangsa dan negara.
14. Keluarga besar BEM FEB ULM Kabinet Laksana Cita, BLM FEB ULM 2023, dan HMJ-M FEB ULM khususnya Thayib, Fawwaz, Hanna, Sira, Kansa, Selo, Adies, Hery yang membersamai penulis dalam proses pengembangan diri selama di kampus terkhusus di organisasi kemahasiswaan FEB ULM.
15. Keluarga Besar Mentengan, Bagus, Putra, Intan, Lala, El, Intan Aini yang telah membantun dan menjadi bagian dari tim saya untuk mengejar menjadi seorang pengusaha dan sangat membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini
16. Seluruh teman semasa kuliah kelas A Manajemen yang selalu mendukung dan memberikan doa selama perjalanan perkuliahan.

17. Kepada Auliya, pemberi energi positif dalam setiap babak proses ini, pendengar yang baik, pemicu semangat disaat yang paling sulit, penggerak langkah ketika jenuh melanda. Terima kasih sudah memberikan kehangatan dan juga segala kebaikan untuk penulis selama kebersamaan proses penulisan skripsi ini.

18. Semua orang-orang yang di sekitar saya dan yang tidak bisa disebutkan semua yang telah membantu dan memberikan dukungan dan semangat.

19. Diri saya sendiri Muhammad Fadillah yang sudah berjuang dan bertahan sampai di titik ini. Meski dihadapkan pada keterbatasan dan tekanan akan tetapi diri ini selalu berusaha untuk menyelesaikan kewajibannya sebagai mahasiswa. Semoga ini jadi titik awal dari perjalanan hidup dan kelak diri ini dapat bermanfaat bagi orang banyak

Semoga segala amal kebaikan mereka mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT dan selalu dalam perlindungan-Nya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan masukan bagi penulis sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Banjarmasin, 05 Juni 2026

Muhammad Fadillah

2110312210012

ABSTRAK

Muhammad Fadillah (2026). Pengaruh Brand Image dan Halal Label Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Kahf Dengan Efek Moderasi: Orientasi Skincare Pria (Studi pada Masyarakat Kota Banjarmasin). Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Lambung Mangkurat. Pembimbing: Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D.; Penguji 1: Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si.; Penguji 2: M. Yudi Rahman, SE, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1) pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian produk skincare Kahf, (2) pengaruh halal label terhadap keputusan pembelian produk skincare Kahf, (3) orientasi skincare pria dapat memoderasi pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian produk skincare Kahf, (4) orientasi skincare pria dapat memoderasi pengaruh halal label terhadap keputusan pembelian produk skincare Kahf.

Jenis penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pria di Kota Banjarmasin berusia 17 tahun ke atas yang pernah membeli dan menggunakan produk skincare Kahf dalam kurun waktu minimal 6 bulan terakhir. Data dikumpulkan dari 160 orang responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM-PLS) yang dioperasikan melalui software SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) brand image mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare Kahf, (2) halal label mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare Kahf, (3) orientasi skincare pria tidak memoderasi pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian produk skincare Kahf, (4) orientasi skincare pria tidak memoderasi pengaruh halal label terhadap keputusan pembelian produk skincare Kahf.

Kata Kunci: Brand Image, Halal Label, Keputusan Pembelian, Orientasi Skincare Pria

ABSTRACT

Muhammad Fadillah (2026). *The Effect of Brand Image and Halal Label on Purchase Decisions of Kahf Skincare Products with a Moderating Effect: Men's Skincare Orientation (Study on the Community of Banjarmasin City).* Management Study Program. Faculty of Economics and Business. Lambung Mangkurat University. Advisor: Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D.; Examiner I: Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE., M.Si.; Examiner II: M. Yudi Rahman, SE., MM.

This study aims to determine and analyze: (1) the effect of brand image on purchase decisions of Kahf skincare products, (2) the effect of halal label on purchase decisions of Kahf skincare products, (3) whether men's skincare orientation moderates the effect of brand image on purchase decisions of Kahf skincare products, (4) whether men's skincare orientation moderates the effect of halal label on purchase decisions of Kahf skincare products.

This research is quantitative in nature. The population used in this study consists of male consumers in Banjarmasin City aged 17 years and above who have purchased and used Kahf skincare products within the last six months. Data were collected from 160 respondents. The sampling technique used in this study is purposive sampling using questionnaires. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM-PLS), operated through SmartPLS 4.0 software.

The results show that (1) brand image has a positive and significant effect on purchase decisions of Kahf skincare products, (2) halal label has a positive and significant effect on purchase decisions of Kahf skincare products, (3) men's skincare orientation does not moderate the effect of brand image on purchase decisions of Kahf skincare products, (4) men's skincare orientation does not moderate the effect of halal label on purchase decisions of Kahf skincare products.

Keywords: *Brand Image, Halal Label, Purchase Decision, Men's Skincare Orientation*

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	v
SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN/ORISINALITAS	ix
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Rumusan Masalah	12
1. 3 Tujuan Penelitian	13
1. 4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2. 1 Landasan Teori	17
2.1.1 <i>Brand Image</i>	17
2.1.2 <i>Halal Label</i>	20
2.1.3 Keputusan Pembelian	23
2.1.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.1.5 Pengaruh <i>Halal Label</i> Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.1.6 Efek Moderasi Orientasi <i>Skincare</i> Pria	29
2. 2 Hasil Penelitian Sebelumnya	32
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	39
3. 1 Kerangka Konseptual	39
3. 2 Hipotesis Penelitian	40
3.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	40
3.2.2 Pengaruh <i>Halal Label</i> Terhadap Keputusan Pembelian	40

3.2.3	Orientasi <i>Skincare</i> Pria Memoderasi Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	41
3.2.4	Orientasi <i>Skincare</i> Pria Memoderasi Pengaruh <i>Halal Label</i> Terhadap Keputusan Pembelian	43
BAB IV METODE PENELITIAN		45
4.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	45
4.2	Jenis Penelitian.....	45
4.3	Tempat/Lokasi Penelitian.....	46
4.4	Unit Analisis	46
4.5	Populasi Dan Sampel	46
4.5.1	Populasi	46
4.5.2	Sampel.....	47
4.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	50
4.6.1	Variabel Independen (Variabel Bebas)	50
4.6.2	Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	51
4.6.3	Variabel Moderasi (Variabel Moderator).....	51
4.6.4	Definisi Operasional Variabel.....	51
4.7	Teknik Pengumpulan Data.....	55
4.8	Teknik Analisis Data.....	57
4.8.1.	Analisis Statistik Deskriptif	60
4.8.2.	Uji Model Pengukuran Atau Outer Model.....	60
4.8.3.	Uji Model Struktural Atau Inner Model.....	63
4.8.4.	Uji Hipotesis	65
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....		66
5.1	Gambaran Umum Kahf.....	66
5.2	Hasil dan Analisis	71
5.2.1	Karakteristik Responden	71
5.2.2	Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	74
5.2.3	Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	82
5.2.4	Uji Model Struktural atau Inner Model.....	87
5.2.5	Uji Hipotesis	90
5.3	Pembahasan Hasil Penelitian	92
5.3.1	<i>Brand Image</i> mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian	95

5.3.2	<i>Halal Label</i> mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian	96
5.3.3	Orientasi Skincare Pria tidak memoderasi pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	98
5.3.4	Orientasi Skincare Pria tidak memoderasi pengaruh <i>Halal Label</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	100
5.4	Implikasi Penelitian.....	102
5.4.1	Implikasi Teoritis	102
5.4.2	Implikasi Praktis	106
5.5	Keterbatasan Penelitian.....	109
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		111
6.1	Kesimpulan	111
6.2	Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA		113
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....		120

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	32
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
Tabel 5. 4 Kriteria Three-box Method	75
Tabel 5. 5 Skor Tanggapan Responden pada Variabel <i>Brand Image</i>	76
Tabel 5. 6 Skor Tanggapan Responden pada Variabel <i>Halal Label</i>	77
Tabel 5. 7 Skor Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian.....	78
Tabel 5. 8 Skor Tanggapan Responden pada Variabel Orientasi Skincare Pria ...	81
Tabel 5. 9 Hasil Output Loading Factor	83
Tabel 5. 10 Hasil Output Cross Loading.....	85
Tabel 5. 11 Hasil Output $\sqrt{\text{AVE}}$	86
Tabel 5. 12 Hasil Output Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	87
Tabel 5. 13 Hasil Output R-Square	88
Tabel 5. 14 Hasil Output F-Square	88
Tabel 5. 15 Hasil Output Path Coefficient.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pemakaian <i>Skincare</i> Pria Tahun 2023	4
Gambar 1.2 Data jumlah penduduk kota Banjarmasin berdasarkan agama yang dianut.....	7
Gambar 1.3 Data Top Brand-Award.com, subkategori Beard & Hair Serum for ..	8
Gambar 3 1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 5. 1 Logo Kahf	68
Gambar 5.2 Kemasan Produk Kahf	69
Gambar 5.3 Grafik Output PLS-Algorithm	83
Gambar 5.4 <i>Grafik Output Bootstrapping</i>	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	120
Lampiran 2 Analisis Karakteristik Responden	126
Lampiran 3 Analisis Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	127
Lampiran 4 Uji Model Pengukuran atau Outer Model	132
Lampiran 5 Uji Model Struktural atau Inner Model	135
Lampiran 6 Uji Hipotesis.....	136
Lampiran 7 Grafik Penelitian.....	137