



Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Penulis :
Yeza Puspita

**PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPERCAYAAN
KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH VIRALITAS PRODUK
DI TIKTOK SHOP PADA TOKO SOMETHINC OFFICIAL SKINCARE
(Studi Kasus di Kota Bengkulu)**



Editor :
Eka Sri Wahyuni, S.E., MM
Yenti Sumarni, MM

**PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP
KEPERCAYAAN KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH
VIRALITAS PRODUK DI TIKTOK SHOP PADA TOKO
SOMETHINC OFFICIAL SKINCARE
(Studi Kasus di Kota Bengkulu)
*Artikel Jurnal***



**YEZA PUSPITA
2223130124**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
TAHUN 2025**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfashengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas akhir dengan judul "Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Kepercayaan Konsumen yang Dimediasi Oleh Viralitas Produk di TikTok Shop Pada Toko *Something Official Skincare* (Studi Kasus di Kota Bengkulu)" yang disusun oleh :

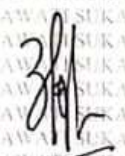
Nama : Yeza Puspita
NIM : 2223130124
Program Studi : Ekonomi Syariah
Bentuk Tugas Akhir : Jurnal
Jurnal : Jurnal Baabu Al-Ilmi : Ekonomi dan Perbankan Syariah

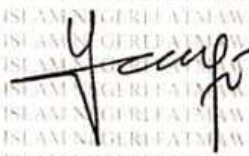
Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang *Munaqasyah* Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, Januari 2026 M
1447 H

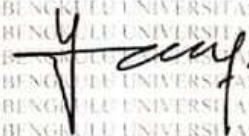
Pembimbing I

Pembimbing II


Eka Sri Wahyuni, S.E., MM
NIP. 197705092008012014


Yenti Sumarni, M.M
NIP. 197904162007012020

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi Islam


Yenti Sumarni, M.M
NIP. 197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
 Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
 Website: www.uinfusbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir dengan judul **"Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Kepercayaan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Viralitas Produk Di Tiktok Shop Pada Toko Somethinc Official Skincare (Studi Kasus Di Kota Bengkulu)"** yang disusun oleh:

Nama : **Yeza Puspita**

NIM : **2223130124**

Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Bentuk Tugas Akhir : **Jurnal Ilmiah**

Nama Jurnal : **BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah**

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang **Munaqasyah** Fakultas **Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu** pada:

Hari : **Jum'at**

Tanggal : **20 Februari 2026**

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)**.

Bengkulu, Maret 2026 M
 Sya'ban 1447 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Prof. Dr. Nurul Hak, M.A
NIP. 19660616199503100

Yenti Sumarni, M.M
NIP. 197904162007012020

Penguji I

Penguji II

Prof. Dr. Nurul Hak, M.A
NIP. 19660616199503100

Citra Liza, M.Si
NIP. 198710252020122006

Mengetahui
 Dengan

Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag
NIP. 196504101993031007



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Kepercayaan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Viralitas Produk Di Tiktok Shop Pada Toko Somethinc Official Skincare (Studi Kasus Di Kota Bengkulu)”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Farmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas Akhir ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Januari 2026 M
18 Rajab 1447 H
satakan,



Yeza Puspita
NIM.2223130124

ABSTRAK

**Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Kepercayaan
Konsumen Yang Dimediasi Oleh Viralitas Produk Di Tiktok
Shop Pada Toko Somethinc Official Skincare (Studi Kasus Di
Kota Bengkulu)**

Oleh Yeza Puspita, NIM 2223130124

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh label halal dan harga terhadap kepercayaan konsumen yang dimediasi oleh viralitas produk di TikTok Shop pada Toko Somethinc Official Skincare di Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer berupa kuesioner kepada 100 responden dan dianalisis menggunakan SEM-PLS melalui aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen (koefisien 0,333; p-value 0,011), sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan (koefisien 0,158; p-value 0,128). Viralitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen (koefisien 0,458; p-value 0,003). Label halal dan harga juga berpengaruh signifikan terhadap viralitas produk masing-masing sebesar 0,298 dan 0,667. Viralitas produk mampu memediasi pengaruh harga terhadap kepercayaan konsumen (koefisien 0,306; p-value 0,001), namun tidak memediasi pengaruh label halal (koefisien 0,137; p-value 0,073). Penelitian ini menunjukkan bahwa viralitas produk dan label halal berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen di TikTok Shop.

Kata Kunci: Label Halal, Harga, Viralitas Produk, Kepercayaan Konsumen, TikTok Shop

ABSTRACT

The Influence of Halal Labels and Prices on Consumer Trust
Mediated by Product Virality in Tiktok Shop at the Somethinc
Official Skincare Store (Case Study in Bengkulu City)

by Yeza Puspita, NIM 2223130124

The purpose of this study was to analyze the influence of halal labels and prices on consumer trust mediated by product virality in TikTok Shop at the Somethinc Official Skincare Store in Bengkulu City. This study used a quantitative method with primary data in the form of questionnaires to 100 respondents and analyzed using SEM-PLS through the SmartPLS 4 application. The results showed that halal labels had a positive and significant effect on consumer trust (coefficient 0.333; p-value 0.011), while prices had no significant effect (coefficient 0.158; p-value 0.128). Product virality had a positive and significant effect on consumer trust (coefficient 0.458; p-value 0.003). Halal labels and prices also had a significant effect on product virality by 0.298 and 0.667, respectively. Product virality mediated the effect of price on consumer trust (coefficient 0.306; p-value 0.001), but did not mediate the effect of halal labeling (coefficient 0.137; p-value 0.073). This study indicates that product virality and halal labeling play a significant role in increasing consumer trust in TikTok Shop.

Keywords: Halal Labels, Price, Product Virality, Consumer Trust, TikTok Shop

MOTTO

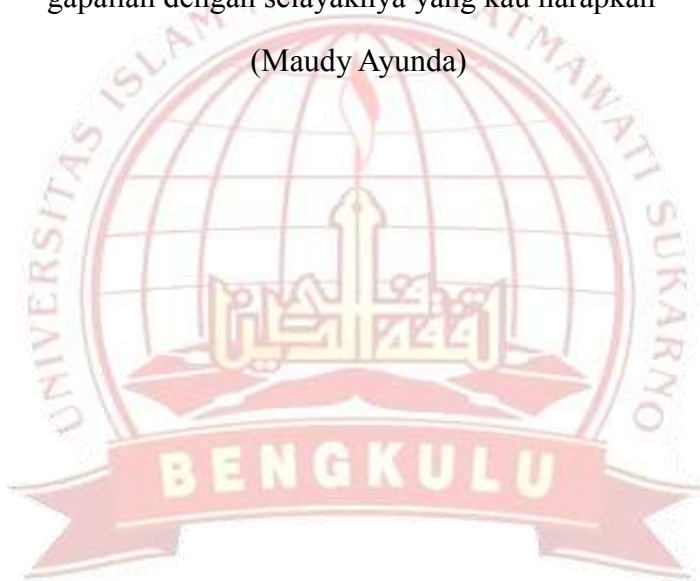
□ فَاصْبِرْ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ وَلَا يَسْتَخِفَّنَّ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah itu benar”

(QS. Ar-Rum: 60)

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut direndahkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan”

(Maudy Ayunda)



PERSEMBAHAN

Setiap proses perjuangan dan kerja keras yang dilalui tidak terlepas dari rasa lelah, namun seluruhnya terasa bermakna ketika sampai pada titik pencapaian. Dengan iringan doa dan ungkapan syukur kepada Allah SWT, penulis menyadari bahwa kekuatan, kelancaran, serta berbagai kemudahan yang diberikan-Nya menjadi bagian penting dalam penyelesaian skripsi ini. Atas limpahan rahmat dan karunia Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan penuh kerendahan hati dan rasa bahagia, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibuku Inuria dan Ayahku Salehan, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada saya. Berkat pengorbanan, kerja keras, dan kasih sayang yang tiada henti, saya memperoleh semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan ridho, keberkahan usia, kesehatan, kelapangan rezeki, serta disetiap langkah kalian selalu dalam lindungannya.
2. Kepada kakak-kakakku Uwah Eka Putriana, Ingah Eca Agustina, Dodo Seva Marleza, dan kakak kakak iparku dang Nadi, dang Ade, dang Hen yang selalu memberi semangat.
3. Teruntuk ponakan saya Aqeilah, Kelvin, Selxy, Akna, Fania, Nabila, Dafa yang senantiasa menghibur.
4. Untuk dosen pembimbing tugas akhirku Ibu Eka Sri Wahyuni M.M. selaku pembimbing 1 dan Ibu Yenti Sumarni M.M

selaku pembimbing II, terimakasih telah sabar dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam terselesainya skripsi ini.

5. Sahabatku Zela Agustina dan Yusril terimakasih selalu ada dalam suka maupun duka dan teman-teman seperjuangan Lulit, Indri, Nur Afifah, Vanda, Devi, Fiona, Hany yang selalu membersamai.
6. Almamater UINFAS tempatku menggali ilmu yang ku banggakan.
7. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah mampu bertahan, berjuang, dan berusaha dengan sungguh-sungguh hingga tahap ini. Mampu mengelola diri di tengah berbagai tekanan dan tantangan, serta tidak pernah memilih untuk menyerah meskipun proses penyusunan jurnal ini penuh kesulitan. Penyelesaian karya ini dengan sebaik dan semaksimal mungkin merupakan sebuah pencapaian yang patut diapresiasi dan dibanggakan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Kepercayaan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Viralitas Produk Di Tiktok Shop Pada Toko Somethinc Official Skincare (Studi Kasus Di Kota Bengkulu)". Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengungkap masalah tentang pengaruh label halal dan harga terhadap kepercayaan konsumen serta menguji peran viralitas produk sebagai variabel mediasi. Dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof Dr. KH. Zulkarnain, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

2. Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
3. Yenti Sumarni, MM. Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
4. Dr. Herlina Yustati, MA. Ek. Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
5. Eka Sri Wahyuni, MM. Selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Yenti Sumarni, MM Selaku Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
7. Kedua orang tua serta kakak-kakak penulis yang selalu mendoakan kesuksesan penulis.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.

10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan jurnal ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan Penulis ke depan.

Bengkulu, Januari 2026

18 Rajab 1447 H

Penulis,

Yeza Puspita

NIM.2223130124



DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	12
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian.....	14
E. Kegunaan Penelitian.....	15
1. Secara Teoritis	15
2. Secara Praktis	15
a. Bagi Fakultas.....	15

b. Bagi Masyarakat.....	16
c. Bagi Mahasiswa	16
F. Penelitian Terdahulu.....	17
G. Sistematika Penulisan	29
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR ...	32
A. Kajian Teori.....	32
1. Manajemen Pemasaran.....	32
2. Perilaku Konsumen	34
3. Theory of Planned Behavior (TPB)	35
4. Teori Label Halal.....	37
a. Pengertian Label.....	37
b. Fungsi Label Halal	38
c. Pengertian Halal.....	39
d. Pengertian Label Halal.....	40
e. Indikator Label Halal	42
5. Teori Harga (Price).....	44
a. Pengertian Harga	44
b. Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	46
c. Tujuan Penetapan Harga	48
d. Indikator Harga	50
6. Teori Viralitas Produk	51
a. Pengertian Viralitas	51
b. Faktor dan Ciri-Ciri Viral.....	53
c. Indikator Viral	54
7. Teori Kepercayaan Konsumen	56

a.	Pengertian Kepercayaan Konsumen	56
b.	Kepercayaan Dalam Islam	57
c.	Jenis Kepercayaan Konsumen.....	58
d.	Indikator Kepercayaan Konsumen.....	59
B.	Kerangka Berpikir Penelitian.....	60
C.	Hipotesis Penelitian.....	62
BAB III METODE PENELITIAN.....		63
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	63
B.	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	64
1.	Waktu Penelitian	64
2.	Lokasi Penelitian.....	64
C.	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	64
1.	Populasi Penelitian.....	64
2.	Teknik Pengambilan Sampel.....	65
D.	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	69
1.	Sumber Data.....	69
a.	Data Primer	69
b.	Data Sekunder	70
2.	Teknik Pengumpulan Data	70
a.	Angket/Kuesioner	70
b.	Studi Pustaka.....	71
E.	Variabel dan Definisi Operasional	72
F.	Teknik Analisis Data	75
1)	Analisis Model pengukuran/Measurement Model Analysis (Outer Models).....	77

a. Construct Reliability and Validity	78
b. Discriminant Validity	78
2) Analisis Model Struktural/Structural Model Analysis (Inner Models).....	78
a. R-square,	78
b. F-Square;.....	79
c. Mediation effects.....	80
a) Direct effects	80
b) Indirect effects.....	80
d. Pengujian Hipotesis.....	80
a) Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>).....	80
b) Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	81
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	82
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	82
1. Gambaran Umum Somethinc	82
2. Gambaran Umum Kota Bengkulu.....	86
B. Hasil Penelitian	88
1. Karakteristik Responden	89
2. Gambaran Jawaban Responden.....	93
3. Analisis Data	100
C. Pembahasan Hasil Analisis Data	118
1. Pengaruh Label Halal terhadap Kepercayaan Konsumen	118
2. Pengaruh Harga terhadap Kepercayaan Konsumen ..	120
3. Pengaruh Viralitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen	121

4. Pengaruh Label Halal terhadap Viralitas Produk	122
5. Pengaruh Harga terhadap Viralitas Produk	123
6. Pengaruh Label Halal terhadap Kepercayaan Konsumen melalui Viralitas Produk	124
7. Pengaruh Harga terhadap Kepercayaan Konsumen melalui Viralitas Produk.....	124
BAB V PENUTUP	126
A. Kesimpulan	126
B. Saran.....	128
C. Rekomendasi	129
DAFTAR PUSTAKA.....	130



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 11 Produk Skincare yang Viral di TikTok 2025, Bikin Wajah Glowing!	6
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Sampel Penelitian	68
Tabel 3. 2 Skala Penilaian	71
Tabel 3. 3 Variabel dan Indikator Penelitian Identifikasi variabel	73
Tabel 4. 1 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Label Halal .	93
Tabel 4. 2 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Harga.....	95
Tabel 4. 3 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Viralitas Produk	97
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Kepercayaan Konsumen	98
Tabel 4. 18 T-Statistics dan P-Values.....	114
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Data Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama pada Semester I/2025</i>	2
Gambar 1. 2 <i>10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace</i>	3
Gambar 1. 3 <i>TikTok Shop vs Tokopedia: Bagaimana Brand Perawatan & Kecantikan Berkembang dan Populer di Kedua Marketplace</i>	5
Gambar 2. 1 <i>Logo Label Halal</i>	42
Gambar 2. 2 <i>Alur Kerangka Berpikir</i>	61
Gambar 4. 1 <i>Logo Brand Somethinc</i>	84
Gambar 4. 2 <i>Peta Kota Bengkulu</i>	86
Gambar 4. 3 <i>Berdasarkan Jenis Kelamin Responden</i>	90
Gambar 4. 4 <i>Berdasarkan Usia Responden</i>	91
Gambar 4. 5 <i>Berdasarkan Kecamatan Responden</i>	92
Gambar 4. 6 <i>Outer Model</i>	100
Gambar 4. 7 <i>Composite Reliability</i>	101
Gambar 4. 8 <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	102
Gambar 4. 9 <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i>	104
Gambar 4. 10 <i>Inner Model</i>	105
Gambar 4. 11 <i>R-Square</i>	106
Gambar 4. 12 <i>Q²predict</i>	107
Gambar 4. 13 <i>F-square</i>	109
Gambar 4. 14 <i>Direct SEffect</i>	111
Gambar 4. 15 <i>Indirect Effect</i>	113



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 Hasil Olah Data Primer SmartPLS 4, 2025
- Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 5 Jumlah Penduduk Kota Bengkulu 2024 Dari BPS
- Lampiran 6 Form Persetujuan dari Prodi/Jurusan
- Lampiran 7 SK Pembimbing
- Lampiran 9 SK Penelitian
- Lampiran 10 Surat Keterangan Lulus Plagiarisme
- Lampiran 11 LOA Jurnal
- Lampiran 12 Biodata Penulis

