

**PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK KOSMETIK MS GLOW DI
ASOSIASI ASRAMA LINGKUP TPQ DARUSSALAM
TEGALSARI BANYUWANGI**

Lisa Ariesta

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi

Email : lisaariesta0017@gmail.com

Abstract

This study aims (1) to determine the effect of the halal label on the decision to buy MS Glow cosmetic products at the TPQ Darussalam boarding association, Blokagung Banyuwangi (2) to determine the effect of price on the decision to buy MS Glow cosmetic products in the association dormitory scope of TPQ Darussalam Blokagung Banyuwangi. (3) to find out whether the halal label variable and the price have a simultaneous influence on the decision to buy MS Glow cosmetic products in the association dormitory in the scope of TPQ Darussalam Blokagung Banyuwangi

The research method used is descriptive quantitative, namely research that describes a fact which is then analyzed to obtain a conclusion from the processed data. It is studied quantitatively descriptively using data collection techniques such as interviews, questionnaires, observation, and documentation. The population in this study were all female students who used MS Glow cosmetic products in the association dormitory in the scope of TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

The result of this study is that the Islamic work motivation variable (X1) partially has a significant effect on the decision to buy cosmetic products (Y). at the

Association of Dormitory in the scope of TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. The price variable (X2) partially has a positive and significant effect on the decision to buy cosmetic products MS Glow(Y) in the association dormitory scope of tpq darussalam blokagung tegalsari banyuwangi. The halal label variable (X1) and price (X2) simultaneously have a significant effect on the decision to buy cosmetic product MS Glow (Y), this shows that the halal label variable and price play an important role in increasing the decision to buy MS Glow cosmetic products in Indonesia. Dormitory Association of the scope of TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

Thus, the increasing number of products that are emerging today makes the competition more rapid. Therefore, products are required to improve buying decisions by applying halal labels and prices that make the product more quality and in accordance with Islamic law.

Keywords: *Halal Label, Price, And Buying decision*

Abstrak

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan (1) untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam blokagung banyuwangi (2) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow di asosiasi asrama lingkup TPQ darussalam blokagung banyuwangi (3) untuk mengetahui apakah variabel label halal dan harga memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam Blokagung Banyuwangi.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang menggambarkan suatu fakta yang kemudian di analisis untuk mendapatkan sebuah kesimpulan dari data yang diolah dikaji secara kuantitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data seperti wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh santri putri yang

menggunakan produk kosmetik MS Glow di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

Hasil Penelitian ini adalah variabel label halal (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli produk kosmetik (Y). di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. Variabel harga (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik MS Glow (Y) di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. Variabel label halal (X_1) dan harga (X_2) secara simultan bersama sama berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan membeli produk kosmetik MS Glow (Y) di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi, hal ini menunjukkan bahwa variabel label halal dan harga sangat berperan penting dalam meningkatkan keputusan membeli produk kosmetik ms glow di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

Kesimpulannya semakin banyaknya produk produk yang bermunculan saat ini membuat persaingan semakin pesat. Oleh karena itu, produk dituntut untuk meningkatkan keputusan membeli dengan cara menerapkan menaruh label halal dan harga yang menciptakan agar produk tersebut lebih berkualitas serta sesuai dengan syariat islam.

Kata kunci: *Label Halal, Harga, Dan Keputusan Membeli*

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim yang besar. Pada tahun 2017, sebanyak 85,1% dari 240.271.522 penduduk Indonesia merupakan muslim. Data dari the pew forum on religion dan public life pada tahun 2017 menyebutkan Indonesia termasuk peringkat pertama dari 10 negara dengan jumlah penduduk muslim yang terbesar didunia. Adapun negara negara lain yang penduduknya mayoritas muslim antara lain Pakistan, India, Bangladesh, Mesir, Nigeria, Iran, Turki, Aljazir, dan Maroko (Sensus Penduduk Indonesia, 2017).

Perkembangan dalam bidang pemasaran di Indonesia semakin berkembang kearah modernisasi dan islami, hal ini dikarenakan Indonesia merupakan negara muslim terbesar. Dimana diperkirakan 229 juta muslim berada di Indonesia, yaitu 87,2% dari populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 263 juta jiwa Atau 13% dari populasi muslim dunia (ibtimes.id). Dengan meningkatnya populasi dan daya beli umat Islam di era modernisasi semakin memperkuat untuk meningkatnya gaya hidup halal. Sejalan dengan ajaran Islam, umat Islam hendaklah memperhatikan pilihan apa yang akan di konsumsinya, salah satunya adalah kehalalan suatu produk. Hal ini dapat dijadikan sebagai strategi suatu perusahaan untuk memproduksi berbagai produk halal yang sesuai dengan kebutuhan umat muslim di Indonesia.”

Gaya hidup yang semakin modern ini menimbulkan kebutuhan konsumen zaman dahulu dengan zaman sekarang jelaslah berbeda. Sesuai dengan gaya hidup yang diterapkan konsumen. Adapun Pada saat ini konsumen cenderung mengikut perkembangan trend untuk segala aspek kebutuhan mulai dari kebutuhan primer hingga kebutuhan sekunder sesuai dengan gaya hidup yang diterapkan yaitu gaya hidup halal (Adinugraha, et.al, 2019:61). Gaya hidup halal (*halal lifestyle*) diperlukan oleh semua umat manusia tidak hanya untuk umat Islam, karena konsep halal berlaku universal dan secara filosofis dan praktis adalah inovasi dari standar operasional prosedur (SOP) sejak empat belas abad yang lalu ada dalam syariah Islam. Halal *lifestyle* merupakan salah satu segmen pasar yang cukup baik untuk meningkatkan ekonomi (Hesti et.al., 2019:57)

Label sendiri bertujuan untuk memberikan informasi terkait produk yang dijual. Dari pengertian label tersebut, maka label halal merupakan informasi mengenai suatu produk yang secara resmi telah diizinkan untuk dikonsumsi oleh orang muslim menurut syariat islam. Label halal menjadi salah satu kriteria yang sangat penting yang dapat digunakan untyk membedakan produk yang layak dikonsumsi bagi orang muslim menurut (Miftah, 2020:2).

Label halal ini juga merupakan sebuah produk yang dicantumkan pada sebuah kemasan apabila produk tersebut telah mendapatkan sertifikat halal oleh BPPOM MUI. Sertifikasi dan label halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri yang berguna meningkatkan pendapatan nasional (Stanton dalam Tjiptono, 2013:152).

Kata *Halal* berasal dari bahasa arab yang berarti “Melepaskan” dan “Tidak terikat”. Secara etimologi halal berarti hal hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan ketentuan yang melarangnya. Atau diartikan sebagai ssuatu yang bebas dari bahaya duniawi dan ukhrawi. Cukup banyak ayat al quran dan hadits yang menjelaskan tentang kehalalan ini, diantaranya dalam al quran surah Al Baqarah ayat 168 yang artinya (MUI, 2011:941):

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.(QS. Al Baqarah:168).

Didalam hadits tersebut menerangkan bahwasannya halal dan haram merupakan hal hal yang jelas hukumnya dalam islam. Seorang muslim wajib hukumnya mengkonsumsi segala sesuatu yang halal HR. Bukhari dan Muslim.

Hadits diatas menjelaskan bahwasannya sebaiknya kita sebagai seorang muslim menjauhkan diri hal hal yang haram tersebut, karena memiliki niatan untuk mendekatinya pun telah mendapatkan dosa. Halal dan haram merupakan hal hal yang telah jelas hukumnya dalam islam. Menjaga diri dari sesuatu yang haram dapat meningkatkan kualitas diri dan selamatnya dari sudaknya hati dan iman (Ridwan Habibi, 2012:46).

Kesimpulan dari ayat al quran dan hadits diatas bahwasannya seorang muslim wajib hukumnya mengkonsumsi segala sesuatu yang halal, dan

manjaukan diri dari perkara yang haram. Kehalalan suatu produk sangatlah berdampak terhadap minat beli dalam mengambil keputusan membeli dan mengonsumsi suatu produk.

Kosmetik dikenal manusia sejak berabad-abad yang lalu, pada abad ke-19 kosmetik mulai mendapatkan perhatian yaitu selain untuk kecantikan juga digunakan untuk Kesehatan. Kosmetik sendiri menjadi bagian dunia usaha dalam bisnis. Bahkan sekarang teknologi kosmetik semakin maju karena dipadukan antara kosmetik dan obat. Produk kosmetik sendiri sangat dibutuhkan untuk manusia baik laki-laki maupun perempuan, sejak dulu sampai sekarang produk kosmetik dipakai setiap hari oleh manusia mulai dari bagian seluruh tubuh sehingga perlu persyaratan yang aman untuk dipakai seperti halnya label halal terutama untuk kaum muslim di seluruh Indonesia (Latifah Fatma,2013:3).

MS Glow adalah produk skincare dan body care yang berdiri ditahun 2013 dan sudah bersertifikat BPOM. MS Glow didirikan oleh Shandy Purnama Sari dan Maharani Kemala. MS Glow merupakan salah satu jenis kosmetik halal, hal ini diketahui dari adanya label halal pada kemasan produk Glow. MS Glow merupakan singkatan dari moto brand yaitu *Magic For Skin* untuk mencerminkan sebuah produk glowing yang terbaik di Indonesia sehingga tercipta nama brand MS Glow. MS Glow ini telah berkembang menjadi *skincare, bodycare* dan kosmetik yang memiliki agen dan member resmi diseluruh Indonesia bahkan sampai merambah kemancanegara (Sandy,2013).

Wanita merupakan simbol dari keindahan, mereka sangat menyukai keindahan yang salah satu penerapan dari keindahan tersebut adalah dengan cara menjaga keindahan yang diberikan oleh sang penciptanya, yaitu penggunaan kosmetik dan merawat tubuh. Seiring berkembangnya zaman, kebutuhan akan kosmetik ini meningkat pesat, khususnya di Indonesia. Industri kosmetik di Indonesia maupun dunia berlomba-lomba untuk menghasilkan produk yang tidak hanya memberikan sejuta manfaat bagi

konsumen, namun juga dapat meningkatkan penampilan yang dapat membuat seorang wanita lebih berbeda dari sebelumnya.

B. Landasan teori

1. Label

Label merupakan setiap keterangan mengenai barang yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang memuat informasi tentang barang dan keterangan pelaku usaha serta informasi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan yang berlaku yang disertakan pada barang dimasukkan kedalam, ditempelkan, pada atau pada bagian kemasan barang (Fitria Ramadhan, 2021:74)

Label halal yaitu jaminan yang diberikan oleh suatu Lembaga yang berwenang seperti Lembaga pengkajian pangan obat-obatan dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) untuk memastikan bahwasannya produk tersebut sudah lolos pengujian kehalalan dan kenyamanan atas pemakaian produk tersebut (Yuswohady, 2015:23)

Sertifikat label halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang diberikan kepada perusahaan yang mengajukan uji kehalalan produk. Sertifikat halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam (Basyaruddin, 2015:3).

Pencantuman label halal di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 pada Pasal 8 Ayat 1 Huruf h, menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan memperdagangkan barang yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan dalam label.

Indikator label halal dalam jurnal (Utami, 2013:2) berupa Gambar, Tulisan, Kombinasi gambar dan tulisan dan Menempel pada kemasan.

2. Halal

Kata halal (halal,halaal) adalah istilah Bahasa arab dalam agama islam yang berarti diizinkan atau boleh. Secara etimologi, halal berarti hal hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan keteantuan yang melarangnya.

Kata halal juga berasal dari kata arab halla yahillu hillan yang berarti membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan, dan membolehkan. Berdasarkan pengertian diatas dapat dipahami bahwa kata halal dihubungkan dengan kebolehan untuk mengkonsumsi atau menggunakan berbagai macam benda untuk keperluan fisik, baik berupa makanan, obat obatan, tumbuh tumbuhan dan lain lain.

Memiliki wajah yang lebih sehat, bersih dan glowing adaalh dambaan bagi kaum Wanita khususnya. Mulai dari remaja sampai Wanita pun ingin memiliki wajah bersih, sehat, dan glowing. Salah satu cara produsen menyakinkan konsumen untuk memakai dan membeli produknya adalah dengan menciptakan produk skincare yang aman, BPOM dan halal, dengan maraknya produk produk skincare yang ditawarkan perusahaan pesaing, MS Glow hadir sebagai produk yang mencantumkan label halal, agar konsumen yakin bahwa MS Glow aman bagi semua jenis kulit Wanita Indonesia dan terbuat dari bahan bahan kimia yang tidak berbahaya dan mengandung merkuri.

Para ulama dalam menetapkan prinsip bahwa segala sesuatu asal hukumnya boleh merujuk pada beberapa ayat al quran antara lain suarah al Baqarah ayat: 29 yang berbunyi

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ

وَهُتَو بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: Mereka hendak menipu allah dan orang orang yang beriman, padahal mereka hanya menipu dirinya sendiri sedang mereka tidak sadar (QS.Al Baqarah:29).

Halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat islam:

- a. Tidak mengandung hewan yang diharamkan
- b. Tidak mengandung bahan bahan yang diharamkan
- c. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, tempat pengelolaan.

3. Labelisasi Halal

Pencantuman tulisan halal atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Sertifikasi halal adalah suatu fatwa tertulis dari majelis ulama islam Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk atau instansi pemerintah yang berwenang.

Undang undang No. 8 tahun 1999 telah menetapkan secara detail bebrapa larangan yang tidak boleh dilakukan pelaku usaha dalam kegiatan usahanya diantaranya adalah larangan memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualannya.

Dengan demikian label halal adalah label yang diberikan pada produk yang telah memenuhi kriteria halal menurut agama islam. Label halal diukur dengan indikator berupa Gambar merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk pola, Tulisan merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca, Kombinasi gambar dan tulisan merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian. Menempel pada kemasan dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk).

Labelisasi halal merupakan proses penyertaan label yang dirancang untuk melindungi konsumen melalui informasi yang akurat mengenai

jumlah, kualitas, dan isi produk. Tujuan labelisasi adalah untuk mencegah penipuan serta untuk membantu konsumen memaksimalkan pilihan mereka terhadap produk untuk kemanfaatan atau kesejahteraan mereka (Zulham, 2016:115).

Untuk menjamin kehalalan suatu produk yang telah mendapatkan sertifikat halal, MUI menetapkan dan menekankan bahwa jika sewaktu waktu ternyata diketahui produk tersebut mengandung unsur unsur barang haram maka MUI berhak mencabut sertifikat halal produk yang bersangkutan.

4. Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual dan ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli. Seorang konsumen yang rasional akan memilih produk dengan kualitas yang baik, harga terjangkau (Stanton, 2013:152).

Harga adalah satu satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya hanya mewakili harga . bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibanding manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai negative. Konsumen mungkin akan menganggap sebagai nilai yang buruk kemudian akan mengurangi konsumsi terhadap produk tersebut. Bila manfaat yang diterima lebih besar, maka yang akan terjadi adalah produk tersebut memiliki nilai positif.

5. Keputusan Membeli

Keputusan pembelian merupakan kekuatan kehendak konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk apabila konsumen memiliki minat untuk membeli suatu produk (Kotler Philip, 2010:98)

Keputusan pembelian merupakan keputusan sebagai pemilihan suatu Tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Konsumen yang hendak memilih harus memiliki alternatif (Schiffman dan Kanuk, 2019:28).

C. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada dasarnya ada tiga macam penelitian yakni penelitian kualitatif, kuantitatif dan penelitian gabungan antara keduanya. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dasarnya menggunakan deduktif – induktif. Penelitian ini berdasar dari kerangka teori, gagasan ahli, pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, dikembangkan menjadi permasalahan dan pemecahannya yang diajukan untuk memperoleh kebenaran dalam bentuk data empiris dilapangan jadi, dalam hal ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif (Hidayat, 2011:198).

Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism. Digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode kuantitatif juga disebut metode tradisional, metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan bertujuan untuk mencari pengaruh antar variabel-variabel yang ingin diteliti, yaitu Label halal (X_1), Harga (X_2) dan sebagai variabel bebas dan Keputusan membeli produk kosmetik MS Glow (Y) sebagai variabel terikat (Sugiyono, 2017:114).

2. Tempat Dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Tempat penelitian adalah tempat dimana penelitian ini dilakukan. Penelitian ini dilakukan di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Dusun Blokagung Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur.

2. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 24 maret 2022 sampai dengan Mei 2022.

3 populasi dan sampel

1. Populasi merupakan keseluruhan elemen atau unit elementer atau unit penelitian atau unit analisis yang memiliki karakteristik tertentu yang dijadikan sebagai objek penelitian (Ating Sumantri, 2011:62). Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berebentuk peristiwa, hal atau orang yuang memiliki karakteristik yang serupa menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2011:215).
2. Sampel adalah sebagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya dan harus representative artinya segala karakteristik populasi tercermin pada sampel dan harus mempunyai paling sedikit satu sifat yang sama (Amos Neolaka, 2014:42). Sampel merupakan Sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2010:174).

4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* Jenis Saturation Sampling. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan

peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:28).

5. Data dan Sumber Data

Data adalah input utama yang akan diolah dalam proses penelitian untuk menghasilkan output yang menjawab masalah dan pertanyaan penelitian. Data penelitian berperan penting dalam menentukan desain teknis analisis (Abdillah Willy, 2015:49).

1. Data

Jenis data dalam penelitian kuantitatif menurut skala pengukurannya dibagi menjadi empat yakni data nominal, data ordinal, data interval, dan data rasio. Data nominal merupakan data yang diperoleh melalui pengelompokan objek berdasarkan kategori tertentu perbedaan kategori objek hanya menunjukkan perbedaan kualitatif. Data ordinal merupakan data yang berdasarkan dari suatu objek atau kategori yang sudah disusun rapi menurut besarnya (mulai dari tertinggi sampai terendah). Pada penelitian ini menggunakan data ordinal.

6 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner atau angket

merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Responden dapat memberikan jawaban dengan mengisi kuesioner tersebut kemudian hasilnya diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert yaitu alat ukur yang digunakan untuk mengukur

sikap pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena social (Sugiyono, 2014:142)

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak yang berwenang untuk memberikan informasi atau keterangan yang dibutuhkan peneliti. Wawancara juga merupakan Teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk harus yang diteliti. Wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti

3. Observasi

Observasi sebagai Teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan Teknik yang lain yaitu wawancara dan kuesioner (Sugiyono, 2015:203).

4. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang barang tertulis. Didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, dan peraturan. Metode pengumpulan data digunakan dalam rangka memenuhi data atau informasi yang diperlukan untuk kepentingan variabel penelitian yang telah didesain sebelumnya (muhammad, 2008:152).

7. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah Variabel variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan independen.

8. Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah Ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala. Apakah item item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penentuan layak atau tidak suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan diuji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05 artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total (Duwi Priyatno, 2010:90).

Hipotesis :

Ho: butir pertanyaan tidak valid

H1: butir pertanyaan valid

Taraf signifikan :

Dihitung dengan rumus korelasi koefisien.

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana

r_{hitung} = koefisien korelasi

$\sum x_i$ = jumlah skor item

$\sum Y_i$ = jumlah skor total (seluruh item)

n = jumlah responden

8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu cara untuk menganalisis data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu data data yang diperoleh kemudian dikumpulkan dan dianalisis berdasarkan metode yang telah ditetapkan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel variabel independent terhadap variabel dependen penelitian ini.

D. Pembahasan

Maka dari itu dapat hasil dari penelitian bab 4 akan dijelaskan pada ini dengan judul Pengaruh Label Halal Dan Harga terhadap keputusan membeli Di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Dusun Blokagung Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi.

Uji validitas

Uji validitas merupakan cara untuk menguji apakah instrumen yang digunakan dapat mengukur seharusnya diukur atau tidak. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel, maka perbedaannya adalah signifikan, sehingga instrumen bisa dinyatakan valid.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Data label Halal X1

Item Peryataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,780	0,195	Valid
2	0,557	0,195	Valid
3	0,383	0,195	Valid
4	0,264	0,195	Valid
5	0,215	0,195	Valid

Sumber: Data Diolah ,2022

Berdasarkan data pada tabel 4.6 diatas, diketahui bahwa semua pengujian terhadap instrumen variabel X, nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka pertanyaan tersebut valid. Diketahui bahwa r tabel dari taraf signifikansi 0,05 dengan dk $52-2=50$ adalah 0,195. dengan demikian semua butir pertanyaan dalam kuisisioner tersebut dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

Tabel 4.7 Uji Validitas Data harga X2

Item Peryataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,579	0,195	Valid
2	0,710	0,195	Valid
3	0,289	0,195	Valid
4	0,232	0,195	Valid
5	0,356	0,195	Valid

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.7 diatas, diketahui bahwa semua pengujian terhadap instrumen variabel X2, nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka pertanyaan tersebut valid. Diketahui bahwa r tabel dari taraf signifikan 0,05 dengan dk $52-2=50$ adalah 0,195. Dengan demikian semua butir pertanyaan

dalam kuisisioner tersebut dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang dapat dikumpulkan.

Tabel 4. 8 Uji Validitas Data keputusan membeli Y

Item Peryataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,208	0,195	Valid
2	0,345	0,195	Valid
3	0,467	0,195	Valid
4	0,524	0,195	Valid
5	0,264	0,195	Valid

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.8 diatas, diketahui bahwa semua pengujian terhadap instrumen variabel Y, nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka pertanyaan tersebut valid. Diketahui bahwa r tabel dari taraf signifikan 0,05 dengan dk $52-2=50$ adalah 0,195. Dengan demikian semua butir pertanyaan dalam kuisisioner tersebut dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang dapat dikumpulkan.

1. Uji Reliabilitas

a. Variabel X1

Berdasarkan pada tabel 4.6 diatas, diketahui bahwa semua pengujian terhadap instrumen variabel Y, nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka pertanyaan tersebut valid. Diketahui bahwa r tabel dari taraf signifikan 0,05 dengan dk $52-2=50$ adalah 0,195. Dengan demikian semua butir pertanyaan dalam kuisisioner tersebut dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang dapat dikumpulkan.

b. Variabel X2

Berdasarkan pada tabel 4.7 diatas, diketahui bahwa semua pengujian terhadap instrumen variabel Y, nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka pertanyaan tersebut valid. Diketahui bahwa r tabel dari taraf signifikan 0,05 dengan dk $52-2=350$ adalah 0,195. Dengan demikian semua butir pertanyaan dalam kuisioner tersebut dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang dapat dikumpulkan.

c. Variabel Y

Oleh karena nilai Alpha Cronbach = 0,801 > 0,195, ternyata lebih besar dari r tabel = 0,600-0,800 maka kuisioner yang diuji coba terbukti sangat reliabel. Nilai Alpha Cronbach 0,801 terletak diantara 0,600 sampai 0,800 sehingga tingkat reliabilitasnya adalah Reliabel.

a) Label Halal (X1) Berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Membeli (Y) Di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Dusun Blokagung Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi

Berdasarkan hasil penelitian, Labelisasi Halal berpengaruh Terhadap Keputusan Membeli Di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Dusun Blokagung Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. Hasil output SPSS 22 pada tabel pada bab 4 dinyatakan bahwasannya variabel label halal diperoleh nilai yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel label halal secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow.

Hal ini sesuai dengan hipotesis pada penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara label halal (X1) terhadap keputusan membeli (Y) Di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. Selain itu hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Afrizal Firmansyah, Djahmur Hamid, dan Moehamad Djuhdi (2017).

Halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Atau diartikan sebagai sesuatu yang bebas dari bahaya duniawi dan ukhrawi. Cukup banyak ayat Al-Quran dan hadits yang menjelaskan tentang kehalalan ini. Diantaranya dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 168 yang artinya (MUI, 2011:941).

b). Harga (X₂) Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Membeli Produk kosmetik MS Glow (Y) di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi

Pengaruh harga terhadap keputusan membeli Di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Dusun Blokagung Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. Dari hasil output SPSS 22 pada tabel pada bab 4 harga diperoleh signifikan dengan nilai lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga secara parsial memiliki pengaruh namun signifikan terhadap keputusan membeli. Arah koefisien regresi berganda bertanda positif hal ini berarti bahwa harga pada produk kosmetik MS Glow akan meningkatkan keputusan membeli untuk menggunakan produk tersebut.

Artinya semakin banyak produk yang dijual oleh kosmetik MS Glow maka keputusan konsumen akan membeli produk tersebut semakin besar. Pada

konsumen yang telah memakai produk kosmetik ini memiliki sikap yang berbeda-beda dalam hal memandang indikator dari faktor kenyamanan yang dianggap penting oleh konsumen tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membeli. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh yahya dan oktaviana (2018).

c). Label Halal Dan Harga Secara Simultan Berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Membeli (Y) Di Asosiasi Asrama Lingkup Tpq Darussalam Dusun Blokagung Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi.

Dari hasil output SPSS 22 pada tabel 4.8 dapat kita lihat bahwasannya variabel variabel yang diteliti seperti label halal dan harga terhadap keputusan membeli memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam menentukan apakah seorang konsumen berminat membeli produk di asosiasi asrama lingkup tpq tersebut atau tidak. Dengan nilai signifikan yang jauh lebih kecil dari pada nilai yang sudah ditentukan. Dapat dilihat pada hasil tabel uji f bahwasannya harga dan label halal berpengaruh bersama-sama secara simultan terhadap keputusan membeli.

Variabel label halal (X_1) dan harga (X_2) menunjukkan pengaruh yang signifikan dan cukup baik terhadap keputusan membeli artinya bahwa penelitian ini berhasil menjawab yaitu label halal (X_1) dan harga (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli, maka penelitian ini menerima H_a dan menolak H_0 . Penelitian ini sejalan dengan Ewiani Sarumaha (2011) yang menunjukkan bahwa label halal dan citra rasa berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen

E. Kesimpulan

Berdasarkan uraian uraian dan hasil analisis penelitian terhadap 52 responden yaitu santri putri asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam dusun blokagung desa karangdoro kecamatan tegalsari kabupaten banyuwangi yang telah dikemukakan pad bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Label halal (X_1) secara parsial atau individual berpengaruh signifikan terhadap keputusan Membeli (Y), hal ini menunjukkan bahwa variabel keputusan membeli sangat berperan penting terhadap meningkatkan penggunaan produk kosmetik Ms Glow Di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
2. Harga (X_2) secara parsial atau individual berperan signifikan terhadap variabel keputusan membeli(Y), hal ini menunjukkan bahwa variabel harga sangat berperan penting terhadap meningkatkan penggunaan produk kosmetik MS Glow Di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
3. Label halal dan harga secara simultan bersama sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan membeli dalam menggunakan produk kosmetik MS Glow Di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Dusun Blokagung Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi dalam hal ini ketiga variabel tersebut saling berkaitan

DAFTAR PUSTAKA

- Ananya Larasati¹, Ikhwan Hamdani, Santi Lisnawati³.2019, *Pengaruh Label Halal Terhadap Produk Kecantikan*.Bogor, Indonesia:Universitas Ibn Khaldun Bogor,E-ISSN:2580 – 3816.
- Basuki,Agus dan Prawoto. 2016, *Analisis regresi dalam penelitian ekonomi dan bisnis*. Jakarta : Penerbit Raja Grafindo Persada
- Burhanuddin.2011, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*, (p.140,p.142),Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Maliki Press. Malang
- Ghina Kamilah .2017, *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 2, Februari 2017. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
- Helsy Zella Rafita.2016, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik*. Lampung: Universitas Islam Negeri (Uin) Raden Intan Lampung.
- LPPOM MUI (2017), Data Sertifikasi Halal (online), Dipetik pada tanggal 04Agustus2018,http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/ceklogin_halal/produk_halal_masuk/1.
- LPPOM MUI (2017), Persyaratan Sertifikasi Halal (online), Dipetik pada tanggal 10Oktober2018,
http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section
- Ms Glow (2018), Sejarah Berdirinya Ms Glow (online), dipetik pada tanggal 02 Desember 2019, dari halaman <http://ms-glow.store/blog/about-tentang-msglow>
- Murti, M. S. (2014), *Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*
- Muchtaridi. (2017), *Kosmetika Halal atau Haram serta Sertifikasinya (Vol. 2)*. Universitas Padjadjaran
- Sugiyono. 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tri Widodo. 2015, “*Pengaruh Labelisasi Halal dan harga terhadap keputusan pembeliankonsumen pada produk indomie*”, Surakarta

Tarigan, E. (2016, Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*,

Utami, W. B. (2013), *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Yuswohady. 2015, *Marketing to the Middle Class Muslim- Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta : Penerbit Gramedia