

## **SKRIPSI**

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



Oleh :

**Lisa Ariesta**

NIM : 18131110065

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM  
BLOKAGUNG BANYUWANGI  
2022**

**PRASYARAT GELAR**

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

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi  
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan  
Program Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

**Lisa Ariesta**  
NIM: 18131110065

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM  
BLOKAGUNG BANYUWANGI  
2022**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul :

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

Telah di setujui untuk di ajukan dalam sidang ujian skripsi

Pada tanggal : 14 Juni 2022

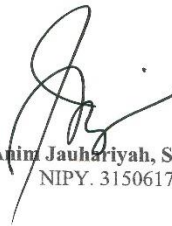
Mengetahui

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah



**Dr. Nurul Inayah, S.E., M.Si.**  
NIPY. 3150419097401

Pembimbing



**Nur Anim Jauhariyah, S.Pd., M.Si.**  
NIPY. 3150617028401

## PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi Saudara Lisa Ariesta telah dimunaqosahkan kepada dewan penguji skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi pada tanggal :

21 Juni 2022

dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Tim Penguji:

Ketua



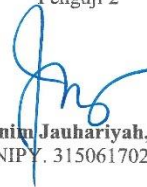
**Imam Khusnydin, S.E., M.M.**  
NIPY. 3151602078501

Penguji 1



**Indana Almas Azhar, M.Pd.**  
NIPY. 3152119089401

Penguji 2



**Nur Anim Jauhariyah, S.Pd., M.Si.**  
NIPY. 3150617028401

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Darussalam Blokagung



**Dr. Lely Ana Ferawati Ekaningsih, SE., MH., MM., CRA., CRP.**  
NIPY. 150425027901

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

الْأَجْرُ بِقَدْرِ التَّعَبِ

“Sepiro Yakin Mu Semono Ugo Olehmu”

Alhamdulillah wa syukurillah terselesaikannya goresan tinta yang bagi kalian mungkin tidaklah ada apa-apanya. Namun huruf demi huruf saya rajut sehingga menjadisebuah maha karya. Bagi saya bukanlah sebuah rahasia, mengerjakan skripsi bukanlah proses yang mudah dan tidak instan. Melewati sebuah proses yang tidaklah mudah. Saya akan mempersembahkan kepada beberapa sosok hebat dan berjasa kepada:

1. Puji syukur kehadiran Allah SWT atas kehendak dan rahmatnya-NYA sehingga dapat tersusun skripsi ini, tak ada kata yang dapat di ucapkan melainkan ucapan besyukur kepada-NYA “Alhamdulillah Wasyukurillah”. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kehadiran Nabi Muhammad SAW yang telah berjasa untuk membebaskan umatnya dari zaman kegelapan menuju terang benderang seperti sekarang ini.
2. Persembahan ini teruntuk kedua orang yang paling saya sayangi didunia ini yaitu untuk Ibunda tercinta saya ibu Sri Sunarti dan Ayahanda tercinta saya bapak Yasman, karena berkat doa kalian semua serta perjuangan kalian cinta dan kasih sayang kalian sehingga saya sudah sampai dititik ini. Kuucapkan beribu-ribu kata terima kasih yang telah memberikan semangat dan motivasi agar saya tetap maju dan pantang mundur untuk menghadapi segala hal yang terjadi dalam hidup saya.

3. Teruntuk adik saya Rinto Farel Dio yang juga selalu memberi semangat, yang terkadang kami tidak rukun atau sering salah menyalahkan tetapi dibalik itu semua agar saya dapat belajar menjadi kakak yang bisa memberikan contoh yang baik kepada mereka.
4. Ibu ketua prodi kami Ibu Dr.Nurul Inayah SE.M.Si. yang tak pernah lelah dalam memperjuangkan kami.
5. Dosen pembimbing kami ibu Nur Anim Jauhariyah, S.Pd.,M.Si yang tak pernah jenuh dan selalu sabar dalam membimbing kami, serta dosen-dosen Perbankan syariah yang sudah menemani kami.
6. Teruntuk teman seperjuangan saya Esy 8b 2018 yang sudah menemani saya belajar selama 4 tahun ini dan sudah memberikan banyak warna warni didalam hidup saya..
7. Terima kasih kepada Kakakku, Sahabatku (Asosiasi) dan seluruh Orang Orang Yang memberikanku Doa, penyemangat untuk menyelesaikan skripsi ini dan yang sudah memberikan banyak sekali pelajaran hidup bagi saya.

**PERNYATAAN  
KEASLIAN TULISAN**

*Alhamdulillah, bismillahirrohmanirrohim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya:

Nama : Lisa Ariesta  
NIM : 18131110065  
Program Studi : Ekonomi Syariah (ESY)  
Alamat Lengkap : Desa Taraman, Kecamatan Semendawai Suku III,  
Kabupaten Oku Timur, Sumatera Selatan

dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Banyuwangi, 14 Juni 2022

Yang Menyatakan,



Lisa Ariesta

## ABSTRAK

**Lisa Ariesta. 2022. Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik MS Glow Di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Blokagung Banyuwangi. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Darussalam. Pembimbing: Nur Anim Jauhariyah, S.Pd., M.Si.**

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

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 motivasi kerja islam ( $X_1$ ) 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



## **ABSTRACT**

**Lisa Ariesta. 2022. The Influence of Halal Labels and Prices on Decisions to Purchase MS Glow Cosmetics Products at the Association of Dormitory Scope of Tpq Darussalam Blokagung Banyuwangi. Thesis, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Darussalam Islamic Institute. Supervisor: Nur Anim Jauhariyah, S.Pd., M.Si.**

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

*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*

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, segala puji syukur kepada Allah yang Maha Pengasih dan Penyayang, dan tak lupa mengucap syukur atas semua limpah rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul ***“Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik MS Glow Di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Blokagung Banyuwangi ”*** yang mana dapat menyelesaikan dengan sebaik mungkin.

Sholawat serta salam kepada junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi teladan bagi umatnya.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tulus dan ikhlas kepada:

1. K.H. Dr. Ahmad Munib Syafa'at, Lc., M.E.I. Rektor Institut Agama Islam Darussalam.
2. Dr. Lely Ana Ferawati Ekaningsih, SE., MH., MM., CRA., CRP. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. Dr.Nurul Inayah, SE., M.Si. Ketua Prodi Ekonomi Syariah.
4. Nur Anim Jauhariyah, S.Pd., M.Si. Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Seluruh Dosen Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

6. Dan semua teman angkatan, asrama dan keluarga kecil asosiasi yang ikut serta baik secara langsung maupun tidak langsung telah memberi tenaga pikirannya demi menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Tiada balas jasa yang dapat diberikan penulis kecuali do'a kepada Allah Swt. Tiada gading yang tak retak, tiada manusia yang sempurna. Demikian juga dengan skripsi ini, tentunya masih ada kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis berharap akan saran dan kritik yang konstruktif. Dan atas segala kekhilafan dalam penulisan skripsi ini penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya sebagai manusia yang lemah.

Penulis kembalikan segala sesuatu kepada Allah SWT dengan harapan semoga skripsi ini tersusun dengan *ridho*-Nya serta dapat memberikan manfaat. *Amin Yarobbal 'Alamin.*

Penulis

**Lisa Ariesta**  
NIM : 18131110065

## DAFTAR ISI

	(Halaman)
Halaman Sampul Luar	
Halaman Sampul Dalam .....	i
Halaman Prasyarat Gelar.....	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	iii
Halaman Pengesahan Penguji .....	iv
Halaman Motto Dan Persembahan.....	v
Pernyataan Keaslian Tulisan .....	vi
Abstrak (Bahasa Indonesia) .....	viii
Abstract (Bahasa Inggris).....	ix
Kata Pengantar .....	x
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	
A. Latar Belakang .....	
B. Rumusan Masalah .....	
C. Tujuan Penelitian.....	
D. Manfaat Penelitian.....	
1. Teoritis.....	
2. Praktis.....	
E. Batasan Penelitian .....	
F. Definisi Operasional.....	
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	
A. Landasan Teori.....	
B. Penelitian Terdahulu .....	
C. Kerangka Konseptual .....	
D. Hipotesis.....	
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	
A. Jenis Penelitian .....	
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	
C. Populasi Sampel .....	
D. Tehnik Pengambilan Sampel.....	
E. Data dan Sumber Data .....	
F. Tehnik Pengumpulan Data .....	
G. Variabel Penelitian .....	
H. Uji Validitas, Reabilitas dan Normalitas .....	
I. . Teknik Analisis Data .....	

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	
A. Deskripsi Umum.....	
1. Lokasi Penelitian.....	
2. Karakteristik Responden.....	
B. Analisis Data .....	
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	
A. Hasil Analisis Data .....	
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	
A. Kesimpulan.....	
B. Saran .....	
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	
Tabel 4.1 Responden.....	
Tabel 4.2 Karakteristik Responden jenis Kelamin.....	
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Lama menggunakan .....	
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan uang Bulanan.....	
Tabel 4.6 Hasil Uji validitas Data Label Halal .....	
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Harga.....	
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Membeli.....	
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Label Halal .....	
Tabel 4.10 Hasil Uji reliabilkitas variabel Harga.....	
Tabel 4.11 Hasil Uji reliabilitas variabel Keputusan Membeli.....	
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirgov .....	
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial T	
Tabel 4.15 Hasil Uji F	
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	

**DAFTAR GAMBAR**

- Gambar 1.1 Totbag MS Glow dan lainnya .....
- Gambar 1.2 Totbag MS Glow
- Gambar 1.3 Skincare MS Glow Pria
- Gambar 1.4 Paket MS Glow dan Serum
- Gambar 1.5 Paket Siang Malam dan Toner
- Gambar 2.1 Logo Label Halal

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kartu Bimbingan

Lampiran 2 : Dokumentasi

Lampiran 3 : Cek Plagiarism

Lampiran 4 : Biodata Penulis



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

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 mengikuti 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)

Salah satu produk yang harus disesuaikan dengan gaya hidup halal adalah produk kosmetik atau produk kecantikan yang biasa dikenal dengan istilah *skincare*. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwasannya menggunakan *skincare* sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian besar orang, sehingga perusahaan yang memproduksi produk kecantikan harus menyesuaikan produknya dengan gaya hidup yang konsumen terapkan salah satunya adalah gaya hidup halal. *Muslim Judicial Halaal Trust* (MJCHT) gaya hidup halal merupakan tingkah laku seseorang yang dilakukan sesuai dengan kemampuannya secara benar, jujur, berintegritas, bermartabat, berkeadilan dan tidak menyimpang dari ajaran Islam. Hal ini berlaku untuk pengembangan semua jenis produk agar memperhatikan

unsur-unsur tersebut khususnya produk kosmetik (Adinugraha, et.al,2019:64).

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 untuk membedakan produk yang layak dikonsumsi bagi orang muslim menurut (Miftah, 2020:2).

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk yang baik akan mendapatkan tempat bagi para pelanggannya (Kotler, 2011:299).

Selain ditinjau dari kualitas produk, harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan menjadi tolak ukur untuk mencapai keputusan pembelian, hal ini dikarenakan untuk membeli suatu produk dengan harga yang terjangkau faktor harga juga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena diimbangi kualitas yang baik akan membuat suatu konsumen melakukan keputusan pembelian (Kotler, 2011:299).

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. 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).

Hadits dibawah ini merupakan salah satu hadits yang menerangkan tentang halal dan haram. 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

Diriwayatkan oleh Nu'man bin basyir: "aku mendengar rasullullah SAW bersabda Nu'man menunjukkan kedua jarinya ke kedua telinganya " sesungguhnya sesuatu yang jelas diantara keduanya terdapat sesuatu yang samar tidak diketahui oleh kebanyakan orang. Siapa yang mencegah dirinya dari yang samar maka ia telah menjaga agama dan kehormatannya". Dan siapa yang terjerumus dalam hal yang samar itu berarti ia telah jatuh dalam haram. Seperti seorang penggembala yang menggembala hewan ternaknya disekitar dareha yang terlarang. Dikhawatirkan lambat laun akan masuk kedalamnya,. Ketahuilah, setiap raja memiliki area larangan, dan area larangan Allah ialah apa apa yang telah diharamkannya. Ketahuilah, bahwa didalam tubuh terdapat segumpal daging, bila ia baik maka akan baik seluruh tubuh. Namun bila ia rusak maka akan rusaklah seluruh tubuh, ketahuialah ia ialah hati.

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

mengonsumsi suatu produk. Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dilakukan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya agar memperoleh kepuasan dengan nilai tertinggi. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan, kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku (Basuwasta dan Handoko,2014:75).

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 mauoun perempuan, sejak dulu dsampai 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 diIndonesia. 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.

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi lebih lanjut dan jelas tentang bagaimana minat beli konsumen saat akan cenderung melihat pada label halal tersebut. Atas dasar latar belakang tersebut maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik MS Glow Di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Blokagung Banyuwangi ”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh Label ( $X_1$ ) dan secara parsial terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow (Y) di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam?
2. Adakah pengaruh harga ( $X_2$ ) secara parsial terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow (Y) di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam ?
3. Adakah pengaruh Label ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) secara simultan terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow (Y) di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh Label ( $X_1$ ) terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow (Y) di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam
2. Untuk menganalisis pengaruh harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow (Y) di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam



3. Untuk menganalisis pengaruh label halal ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow ( $Y$ ) di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat secara teoritis dalam khasanah keilmuan Pemasaran Syariah dan Fiqih Muamalah

2. Manfaat secara praktis

- a. Bagi perusahaan

Penulis berharap hasil penelitian dapat menjadi masukan dalam menentukan strategi yang tepat dan kebijakan perusahaan dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis, terutama strategi dan kebijakan pemasaran dengan target pasar serta informasi tentang (pengaruh label halal ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan membeli ( $Y$ ) produk kosmetik MS Glow)

- b. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang positif dan dapat menjadi pertimbangan sebelum melakukan keputusan pembelian

- c. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur serta sumber referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan serupa

d. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bisa dijadikan referensi atau sumber informasi pada peneliti yang akan datang

### **E. Batasan penelitian**

Mengingat luasnya permasalahan yang akan dibahas maka dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkungannya agar lebih terarah dan fokus pada titik yang akan di bahas serta tidak menyimpang dari apa yang akan penulis bahas dan juga agar dapat mempermudah penulis itu sendiri. Oleh karena itu Batasan penelitian anatara lain:

1. Penelitian ini bertempat di Asrama Asosiasi Lingkup TPQ pada santri yang masih bersekolah di SMK, SMA dan Mahasiswa
2. Produk kosmetik yang diambil adalah MS Glow
3. Pada penelitian ini hanya mengambil 52 responden

### **F. Definisi operasional**

Definisi operasional adalah bagaimana cara peneliti untuk menjelaskan tentang variabel yang akan diteliti. Agar menghindari dari kesalahan dalam pemahaman dan penafsiran istilah istilah dalam judul skripsi. Sesuai dengan judul penelitian. Maka definisi operasional yang perlu dijelaskan yaitu:

1. Label ( $X_1$ )

Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi tentang apa yang ada didalam produk itu sendiri. Salah satu label yang tercantum pada produk adalah label halal. Label halal merupakan

jaminan yang diberikan oleh suatu Lembaga yang berwenang seperti Lembaga pengkajian pangan obat-obatan dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LP POM MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut sudah lolos pengujian kehalalan sesuai syariat Islam. Pencantuman label halal bertujuan agar konsumen mendapatkan perlindungan kehalalan dan kenyamanan atas pemakaian produk tersebut.

## 2. Harga ( $X_2$ )

Harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang lainnya yang mana ditetapkan oleh pembeli atau penjual dan ditetapkan penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu produk dan jasa perbankan salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Bagi perbankan terutama untuk bank konvensional harga adalah bunga sedangkan bagi bank yang berdasarkan syariah harga adalah suatu bagi hasil.

## 3. Keputusan ( $Y$ )

Keputusan pembelian merupakan keputusan yang pengambilan keputusannya oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali dengan adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan.

Keputusan pembelian dalam tahap evaluasi, konsumen menentukan peringkat merek dan membentuk niat pembelian. Selain itu, keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, Teknologi, Politik, Budaya, Produk, Harga, Lokasi, Promosi, *Physical Evidence*, *People* dan *Process* sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang diberi.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Pengertian label**

Label merupakan keterangan yang melengkapi suatu kemasan barang yang berisi tentang bahan-bahan yang digunakan untuk membuat suatu barang tersebut. Labeling berkaitan erat dengan pemasaran. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang menempel atau melekat pada produk. Dan juga merupakan media komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumennya.

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 adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan (Kotler, 276). Sedangkan label adalah suatu bagian dari suatu produk yang

membawa informasi verbal dan merupakan bagian dari kemasan tentang produk. Dan label mempunyai beberapa fungsi diantaranya yaitu:

- a. Mengidentifikasi suatu produk
- b. Menandakan tingkat mutu suatu produk misalnya ditandai dengan A,B,dan C
- c. Menggambarkan atau menerangkan suatu produk misalnya pembuat produk, terdiri dari apa sajakah kandungannya dengan baik
- d. Mempromosikan melalui desain yang baik misalnya suatu label dapat menarik perhatian dengan kualitas atau keistimewaan produk tersebut, sehingga dapat mendukung produk tersebut.

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 . Label adalah 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 ke dalam, ditempelkan, pada atau merupakan bagian kemasan (Fityria Ramadhan, 2021:74).

Label adalah sejumlah keterangan pada kemasan produk. Secara umum label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluwarsa, isi produk.

## 2. Pengertian 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-ketentuan yang melarangnya. Istilah halal dalam kehidupan sehari-hari digunakan dalam kemasan makanan ataupun minuman selain itu terdapat juga pada produk kosmetik baik berupa skincare yang kita pakai setiap hari dari seluruh badan menurut syariat Islam. Dengan demikian produk halal yang dimaksud dalam hal ini adalah keseluruhan hasil produksi yang memenuhi syarat kehalalan yang ditetapkan oleh syariat Islam dan

tidak mengandung dan bersentuhan dengan unsur dan bahan yang diharamkan syariat islam untuk dipakai oleh konsumen muslim (Dr. Zulham, S.HI., M.Hum",2018:52)

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 adalah 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.

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memahami serta memuaskan kebutuhan konsumen, agar konsumen tidak beralih ke produk lain dan perusahaan harus mengarahkan segala upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar memperoleh



laba. Perusahaan yang berupaya untuk mengatasi persaingan dan meningkatkan jumlah penjualan memerlukan suatu strategi pemasaran yang tepat. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan keputusan pembelian merupakan beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian (Fiani dan Japarianto,2012:75).

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 وَهُوَ  
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).

Kandungan ayat diatas menjelaskan, bahwa Allah menciptakan bumi dan seisinya ini adalah untuk manusia. Maka para ulama mengambil kesimpulan bahwa hukum asal usul memanfaatkan bumi ini adalah boleh sampai dalil yang mengharamkannya. Pada dasarnya dunia ini adalah sebuah fasilitas untuk manusia namun itu bukan tujuan utamanya (Taqiyyudin Al Hafidz, 2015:77).

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, dan tempat pengelolaan transportasi jika pernah digunakan untuk barang barang yang tidak halal maka terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat islam.

### 3. Labelisasi halal

Pencantuman tulisan halal atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label halal diperbolehkan setelah mendapatkan sertifikat 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. Juga larangan tidak memberi informasi secara lengkap dan benar yang

berkaitan dengan produksi yang diperdagangkan, seperti barang rusak, cacat, jelas jujur ini merupakan kewajiban pelaku usaha terhadap konsumen.

Keterangan halal untuk suatu produk sangat penting bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama islam. Namun pencantuman label halal baru merupakan kewajiban apabila setiap orang yang memproduksi produk pangan, minuman, dan kosmetik kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan menyatakan bahwa pangan, minuman, dan kosmetik yang bersangkutan adalah halal bagi umat islam. Sertifikat produk halal adalah surat keputusan fatwa halal yang dikeluarkan dewan pimpinan MUI dalam bentuk sertifikat. Sertifikat halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk instansi pemerintah yang berwenang. Sertifikat halal MUI pada produk pangan , obat obatan, dan kosmetik dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status halal.

Sertifikasi dan label halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya asing produk dalam negeri dalam rangka meningkatkan pendapatan nasional.

Tiga sasaran utama yang ingin dicapai adalah:

- a. Menguntungkan konsumen dengan memberikan perlindungan dan kepastian hukum
- b. Menguntungkan produsen dengan peningkatan daya saing dan omset produksi dalam penjualan

- c. Menguntungkan pemerintah dengan mendapatkan tambahan pemasukan terhadap kas negara

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).

Secara garis besar terdapat tiga macam label yaitu (Herliani, 2016:18-19) sebagai berikut:

- a. *Brand* label yaitu nama merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan
- b. *Descriptive* label yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi atau pembuatan, perawatan atau perhatian dan kinerja produk.
- c. *Grade* label yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk dengan suatu huruf angka atau kata.

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)

Berdasarkan undang undang republik indonesia nomor 33 tahun 2014 yang terdapat dalam pasal bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan diwilayah indonesia wajib bersertifikat halal. Ketentuan ini berlaku 5 tahun terhitung sejak undang undang ini diundangkan. Dengan itu, indonesia saat ini telah memiliki rregulasi yang khusus untuk melindungi konsumen muslim untuk mendapatkan produk halal. Jaminan produk halal sebagaimana dimaksud dalam UUJPH adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal.

Dengan demikian produk halal dimaknai dengan produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat islam. Penyelenggaraan jaminan produk halal (JPH) merupakan tanggung jawab negara, bahwa pemerintah dalam menyelenggarakan JPH. Untuk melaksanakan jaminan produk halal tersebut, UUJPH mengamanatkan pemebentukan BPJPH (badan penyelenggaraan jaminan produk halal) yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada menteri agama. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan jaminan produk halal merupakan kewenangan menteri agama, dan kewenangan tersebut didelegasikan kepada BPJPH. Untuk penyelenggaraannya BPJPH tersebut membentuk perwakilan daerah. Kewenangan BPJPH sebagai berikut:

- a. Merumuskan dan menetapkan kebijakan BPJPH
- b. Menertibkan dan mencabut sertifikasi halal dan label halal pada produk

c. Melakukan sertifikasi auditor halal

Auditor halal diangkat dan diberhentikan oleh LPH. Setiap auditor halal harus memenuhi beberapa persyaratan yaitu

- a. Warga negara indonesia
- b. Beragama islam
- c. Memahami dan memiliki wawasan luas mengenai kehalalan produk menurut syariat islam
- d. Memperoleh sertifikat MUI

Auditor halal bertujuan untuk menjalankan tugas antara lain:

- a. Memeriksa dan mengkaji bahan yang digunakan
- b. Memeriksa dan mengkaji pengolahan produk
- c. Meneliti lokasi produk
- d. Memeriksa pendistribusian dan penyajian produk
- e. Memeriksa sistem jaminan halal pelaku usaha

Dapat dilihat pada Label halal LPPOM MUI yang menunjang mutu adalah sebagai berikut:

a. Jaminan halal dari produsen

Masa berlaku sertifikat halal adalah 2 tahun sehingga untuk menjaga konsistensi produksi selama berlakunya sertifikat, LPPOM MUI memberikan ketentuan bagi perusahaan sebagai berikut:

- 1) Sebelum produsen mengajukan setifikat halal terlebih dahulu harus mempersiapkan sistem jaminan halal.

- 2) Berkewajiban mengangkat secara resmi seseorang atau tim auditor halal internal (AHI) yang bertanggung jawab dalam menjamin pelaksanaan produksi halal.
- 3) Berkewajiban menandatangani kesediaan untuk diinspeksi secara mendadak tanpa pemberitahuan sebelumnya oleh LPPOM MUI.
- 4) Membuat laporan berkala s etiap 6 bulan satu kali tentang pelaksanaan sistem jaminan halal.

Dari jutaan produsen makanan, minuman, obat, dan kosmetik serta produk produk lainnya baru sebagian kecil pelaku usaha yang menerapkan sistem jaminan produksi halal dan menggunakan tanda halal. Peraturan pemerintah tentang jaminan produk halal ini memberikan kebebasan bagi produsen untuk menerapkan sitem jaminan produksi halal atau tidak.

Tetapi bagi produsen yang menerapkan sistem jaminan produksi halal dan mengedarkan produk makanan, minuman, obat, dan kosmetik serta produk lainnya yang digunakan oleh orang islam wajib diperiksa oleh lembaga pemeriksaan halal dan mendapat sertifikat halal dari MUI yang dikukuhkan oleh menteri serta mencantumkan tanda halal resmi dari pemerintah.

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.

Dapat dilihat prosedur - Prosedur perpanjangan sertifikat halal yang sudah menjamin mutu. Prosedur perpanjangan sertifikasi halal antara lain:

1. Produsen yang bermaksud memperpanjang sertifikat yang dipegangnya maka harus mengisi formulir pendaftaran yang tersedia
2. Pengisian formulir disesuaikan dengan perkembangan terakhir produk
3. Perubahan bahan baku, bahan tambahan dan bahan penolong serta jenis pengelompokan produk harus diinformasikan kepada LP POM MUI
4. Produsen berkewajiban melengkapi dokumen terbaru tentang spesifikasi, sertifikat halal, dan bagan alur produksi.



**Gambar 2.1** labelisasi halal lama  
(Sumber MUI 2016)



**Gambar 2.2** labelisasi halal terbaru  
(Sumber MUI 2022)



#### 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 disbanding 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.

Harga memiliki dua peranan utama :

- a. Peranan alokasi harga yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternative yang tersedia kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.

- b. Peranan informasi dari harga yaitu fungsi harga dalam memberi tahu konsumen mengenai factor factor produk seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai factor atau manfaat secara objektif.

Fungsi harga secara umum sebagai berikut :

- a. Sumber pendapatan atau keuntungan perusahaan untuk mencapai tujuan produsen
- b. Pengendali tingkat penawaran dan permintaan
- c. Memengaruhi program pemasaran dan fungsi bisnis lainnya bagi perusahaan

Penentuan harga dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal meliputi :

- a. Tujuan pemasaran (biaya, penguasaan pasar, dan usaha)
- b. Strategi marketing mix (aspek harga dan non harga)
- c. Organisasi (struktur, skala dan tipe)

Sedangkan faktor eksternal meliputi:

- a. Elastis permintaan dan kondisi persaingan pasar
- b. Harga pesaing dan reaksi pesaing terhadap perubahan harga
- c. Lingkungan eksternal lain yaitu lingkungan mikro (pemasok, penyalur, dan masyarakat) dan lingkungan makro ( pemerintah, cadangan sumber daya,dan keadaan social)

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Harga merupakan satu satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga harus diukur dengan nilai

yang dirasakan dari tawaran itu, atau kalau maka pembeli akan membeli produk yang menyainginya. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Menghasilkan penerimaan penjualan maka harga mempengaruhi tingkat penjualan dan tingkat keuntungan pasar yang didapat dicapai oleh perusahaan. Indikator yang mencirikan harga menurut Kotler dan Armstrong adalah:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan

Penetapan harga menurut pandangan Islam yaitu setelah perpindahan Rasulullah SAW ke Madinah maka beliau menjadi pengawas pasar (muhtasib). Salah satu buktinya yaitu Ketika beliau menolak untuk membuat kebijakan dalam penetapan harga karena pada saat itu harga sedang naik karena dorongan permintaan dan penawaran yang dialami (Fatoni Nur Siti, 2014:61-63) Mekanisme penentuan harga dalam Islam sesuai dengan maqashis al syariah yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia.

#### 5. Keputusan pembelian atau 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). Keputusan pembelian adalah preferensi yang dibentuk oleh pelanggan atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pilihan, pelanggan tersebut juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai.

Menurut Analisa peneliti keputusan pembelian adalah suatu Tindakan yang diambil oleh konsumen atas beberapa pilihan barang yang menurutnya sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya. Indikator keputusan pembelian (Suswardji, 2012) adalah sebagai berikut:

- a. Kebutuhan
- b. Pengalaman
- c. Banyaknya alternatif
- d. Keyakinan
- e. Kecocokan atau ketidakcocokan

Ada lima tahapan yang dilalui konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk antara lain (Lubis Faradillah, 2017:33-34).

- a. Pengenalan masalah

Pihak perusahaan perlu untuk mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen.

b. Pencarian informasi

Konsumen yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Sumber informasi bisa didapat dari pihak keluarga, teman, tetangga, kenalan, kemasapan pajangan ditoko, media, pemakaian produk atau jasa.

Indikator indikator dari keputusan membeli adalah sebagai berikut (Bayu Sutrisna, 2016:7)

- c. Kemantapan pada sebuah produk adalah kualitas produk yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen.
- d. Kebiasaan dalam membeli produk, kebiasaan adalah pengulangan sesuatu secara terus menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama.
- e. Memberikan rekomendasi kepada orang lain yaitu memberikan kepada seseorang atau lebih sesuatu yang dapat dipercaya, dapat juga merekomendasikan diartikan sebagai menyarankan, mengajak, untuk bergabung ke produk kosmetik yang berlabel halal.
- f. Melakukan pembelian ulang yaitu individu melakukan pembelian produk atau jasa dan menentukan untuk membeli lagi

Peranan penatap harga menjadi sangat penting bagi perusahaan dalam persaingan yang semakin ketat di zaman sekarang ini. Peranan penatap harga ini sangat terasa terutama didalam pasar pembeli karena pembeli akan memerhatikan harga dari suatu produk sebelum melakukan pembelian. Harga masih menjadi penentu utama dari setiap pilihan pembeli atau

konsumen, terutama di negara-negara miskin dan negara berkembang yang jumlah pendapatannya belum terlalu tinggi.

#### 6. Produk

Adalah barang atau jasa yang dapat diperjual belikan. Dalam marketing produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Dalam penggunaan yang lebih luas produk dapat merujuk pada sebuah barang, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang dan jasa, atau sebuah pengelompokan industry untuk barang dan jasa (Muhammad,2011:97).

Produk merupakan produk pangan, obat, kosmetika, dan produk lain yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya serta dilarang untuk dikonsumsi umat islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syariat islam serta memberikan manfaat yang lebih dari pada mudharatnya.

#### 7. MS Glow

MS Glow merupakan singkatan dari *Magic for Skin Glow* yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam hal perawatan kulit dan telah memiliki konsumen, member, agen, dan reseller. Konsumen muslim merupakan seseorang yang memakai barang maupun jasa untuk kebutuhan dirinya sendiri dan untuk lingkungan sekitarnya yang sesuai dengan syariat Islam, sehingga narasumber yang diwawancarai dalam penelitian ini

merupakan konsumen muslim yang telah menggunakan produk MS Glow minimal satu tahun dan terdiri dari beberapa *customer* dan *reseller* dari agen Rya MS Glow di Surabaya. Seluruh narasumber berjenis kelamin wanita dengan tingkat pendidikan antara sekolah menengah atas hingga sarjana, narasumber tersebut telah disesuaikan dengan tingkat kebutuhan yang diperlukan dalam penelitian(Larasati, 2018)

Persepsi dari konsumen muslim terhadap sertifikat halal produk kecantikan MS Glow, terjadi karena adanya pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen terkait dengan hal-hal yang dilarang dan diperbolehkan dalam syariat Islam sesuai dengan keyakinan yang ada dalam diri konsumen muslim masing-masing, hal tersebut sejalan dengan pernyataan mengenai pengetahuan yang terjadi pada konsumen muslim bahwa semakin tinggi pengetahuan yang diperoleh konsumen terkait dengan hal-hal yang diharamkan dan diperbolehkan dalam syariat Islam maka semakin besar pula sikap yang dimiliki oleh konsumen pada suatu produk kosmetik yang halal. Sedangkan ada yang menunjukkan bahwa seseorang berpersepsi melalui beberapa tahapan proses. Berikut ini adalah tahapan persepsi yang terjadi pada konsumen muslim terhadap sertifikat halal produk kecantikan MS Glow (Walgito,2013).

Konsumen muslim dapat memahami terkait sertifikat halal yang ada pada produk Ms Glow melalui beberapa tahap penyerapan yaitu melalui panca indra dan pengalaman masa lalu. Konsumen muslim yang mendapatkan informasi mengenai produk MS Glow lewat panca indranya

melalui pendengaran dan penglihatannya yang berasal dari lingkungan sekitar yaitu artis dan selebgram yang sedang melakukan promosi terhadap suatu produk yang mempunyai sertifikat halal, selain itu konsumen muslim lain memperoleh informasi mengenai sertifikat halal pada produk MS Glow dari keluarga terdekatnya (Walgito,2013).

Terdapat konsumen muslim lain yang mendapatkan informasi terkait sertifikat halal melalui website resmi MUI dan Undang-Undang mengenai jaminan produk halal, hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan bahwasannya sertifikasi halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) berdasarkan fatwa MUI (lembaga Majelis Ulama Indonesia) dan dalam sistem hukum Nasional di Indonesia memiliki kedudukan yang sentral dalam UndangUndang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal sebagai perlindungan konsumen muslim dalam syariat Islam (Adam,2017)

Pengetahuan konsumen muslim terhadap sertifikat halal pada produk kecantikan MS Glow terjadi karena adanya proses penyerapan dalam bentuk adanya informasi yang di dapat dari panca indra dan pengalaman masa lalu dapat dipersepsikan oleh beberapa narasumber atau konsumen muslim yang memberikan persepsinya berbeda. Dalam persepsi tersebut dapat dikatakan bahwa konsumen muslim sudah mengetahui terkait ciri-ciri produk Ms Glow yang halal yakni terdapat label halal dari MUI seperti pada jenis produk paket wajah *brand* Ms Glow yang terdiri dari *day cream*, *night*



*cream, toner, dan facial wash*. Hal tersebut sesuai dengan ketentuan DSN MUI bahwa untuk menyatakan kehalalan suatu produk yang sesuai dengan syariat Islam yaitu dengan mendapatkan ijin pencantuman label halal di kemasan suatu produk yang telah terdaftar sertifikat halalnya (Adam,2017).

pendidikan juga dapat memengaruhi pengetahuan yang terjadi di dalam diri konsumen muslim MS Glow, pendidikan formal maupun informal yang terjadi pada salah satu konsumen MS Glow yaitu mendapatkan pengalaman dari pendidikan formal di perguruan tinggi yang sudah dilaksanakannya dalam bentuk program kerja mengenai produk halal, hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Bahwa pendidikan adalah salah satu metode terbaik untuk menciptakan suatu kesadaran terhadap permasalahan sosial mengenai produk kecantikan yang halal (Shahid, 2018)

Sebagai konsumen muslim terutama perempuan harus memastikan bahwa produk MS Glow aman untuk digunakan melalui sertifikat halal dari lembaga Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sehingga masih terdapat konsumen muslim yang belum puas dan berharap untuk produk MS Glow lainnya segera mendapatkan sertifikat halal seperti yang dimiliki oleh paket wajah. Persepsi konsumen muslim bahwa produk kecantikan Ms Glow yang digunakan adalah jenis produk paket wajah dan telah memiliki sertifikat halal sehingga aman untuk digunakan Penyebab beberapa konsumen muslim yang berpersepsi bahwa produk MS glow tidak menjadi permasalahan untuk dirinya, hal tersebut tidak sesuai. Bahwa sebagai

konsumen muslim diperlukan adanya kesadaran terhadap sertifikat halal pada semua jenis produk yang diproses hingga menjadi sebuah produk yang aman dan halal untuk dikonsumsi (Shahid,2018).

Konsumen muslim yang menggunakan produk kecantikan MS Glow paket wajah telah memperoleh jaminan keamanan produk kosmetik yang digunakannya karena telah mendapatkan sertifikat halal sehingga konsumen muslim merasa aman untuk menggunakannya, dalam peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1176 tahun 2010 tentang notifikasi kosmetik bahwa bahan suatu produk kosmetik dapat berasal dari tumbuhan, dan hewan kolagen, elastin, plasenta dan lemak. Sedangkan dalam memilih suatu produk kecantikan maupun kosmetik yang baik yaitu memiliki ciri-ciri khusus diantaranya adalah tidak menggunakan bahan terlarang seperti *Hydrargeum*.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Untuk menunjang landasan teori yang ada, maka diperlukan penelitian terdahulu sebagai pendukung dalam penelitian ini. Berdasarkan penelusuran peneliti terhadap penelitian yang telah ada, peneliti tidak menemukan judul penelitian yang sama dengan judul “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik MS Glow Di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. Berikut tabel penelitian terdahulu:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link Artikel OJS	Rumusan Masalah	Metode Penelitian	Hasil/Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Yahya dan Oktafiani Dea, 2018, Pengaruh Kulit Produk, Harga Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Surabaya	<a href="http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1603/1619">http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1603/1619</a>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa pengaruh kualitas yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian produk wardah</li> <li>2. apakah harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian wardah</li> <li>3. Apakah label halal berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian wardah</li> </ol>	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Kausal Komparatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab dan akibatnya. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dan variabel independen pada produk tertentu dan pada jangka waktu tertentu. maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun populasi (Obyek penelitian) yang digunakan adalah seluruh pengguna Kosmetik Wardah pada Galaxy Mall di Surabaya tahun 2018. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling yang menurut	Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di surabaya, hasil ini mencerminkan semakin tinggi kualitas produk pada Kosmetik Wardah di Surabaya maka akan semakin meningkat keputusan pembelian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 7, Nomor 9, September 2018 pembelian kosmetik wardah di surabaya, Hasil ini mencerminkan semakin baik harga yang diberikan pada Kosmetik Wardah di Surabaya maka akan semakin meningkat keputusan pembelian dan a	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan variable independen</li> <li>2. Menggunakan regresi linier berganda</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner</li> </ol>

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link Artikel OJS	Rumusan Masalah	Metode Penelitian	Hasil/Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
				Sugiyono (2008:125) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan penentuan sampel menggunakan purposive sampling	variabel label halal terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di surabaya keputusan pembelian kosmetik wardah di surabaya, Hasil ini mencerminkan bahwa adanya label halal yang terdapat pada kemasan Produk Kosmetik Wardah membuat meningkatnya keputusan pembelian.		
2.	Nurvita ,trianasari, Sonia cipta wahyurini, 2020, Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik MS Glow	<a href="http://e-jurnalmitraman.ajemen.com/index.php/jmm/article/view/321">http://e-jurnalmitraman.ajemen.com/index.php/jmm/article/view/321</a>	1. Apakah pengaruh faktor harga mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik MS glow	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, tujuannya adalah konklusif yaitu penelitian di lakukan saat telah melihat dan membaca penelitian sebelumnya yang membahas hubungan antar variabel.	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada responden yang pernah membeli atau menggunakan kosmetik MS Glow mengenai faktor label halal dalam mempengaruhi perilaku keputusan pembelian kosmetik Wardah dan menggunakan Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran persepsi dari 417 responden	1. Menggunakan regresi linier berganda 2. Menggunakan variable independen	1. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, pengolahan data, dan menyajikan data

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link Artikel OJS	Rumusan Masalah	Metode Penelitian	Hasil/Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
					mengenai variabel penelitian yaitu Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian kosmetik MS Glow		Kuantitatif kualitatif
3.	Pika nilam, cahya setiani, sahidillah nurdin,2021, Penggunaan Label Halal Dan Harga Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik	<a href="http://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm/article/view/573/393">http://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm/article/view/573/393</a>	1. Apakah pengaruh penggunaan label halal dan harga dalam meningkatkan keputusan pembelian produk kosmetik MS Glow 2. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk kosmetik Wardah.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survey bentuk penelitian deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner. Penelitian dilakukan di PT Paragon Technology and Innovation. Variable yang diteliti meliputi variabel label halal, harga dan keputusan pembelian.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara label halal dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik wardah, karena dari hasil pengujian hipotesis dapat diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian responden merasa tertarik terhadap label halal dan harga yang disajikan pada produk kosmetik MS Glow. Dan Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik MS Glow	1. Menggunakan analisis regresi linier berganda	1. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link Artikel OJS	Rumusan Masalah	Metode Penelitian	Hasil/Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
4.	Kholiq Abdul, Nurhotimah, Nurulsakin, Fibrianti, 2021. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik MsGlow Pada Kalangan Mahasiswi IKIP Muhammadiyah Maumere	<a href="https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/622/474">https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/622/474</a>	Apakah pengaruh antara produk terhadap keputusan pembelian kain tenun ikat dikabupaten sikka?	kuantitatif. Metode deskriptif menurut (Sugiyono, 2012) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum	Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada kalangan mahasiswi IKIP Muhammadiyah Maumere	Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier derhana.	1. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi
5.	Alim, Syahrul, 2021. Pengaruh label halal, citra merek, dan harga terhadap keputusan	<a href="http://www.bredup.com/index.php/JTIP/article/view/27/29">http://www.bredup.com/index.php/JTIP/article/view/27/29</a>	1. apa pengaruh label halal, citra merek, dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan	Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif	untuk mengetahui pengaruh Label halal, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik MS Glow pada mahasiswi manajemen	Menggunakan analisis linier berganda	1. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau penyebaran angket

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link Artikel OJS	Rumusan Masalah	Metode Penelitian	Hasil/Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	membeli produk kosmetik ms glow		membeli kosmetik ms glow 2. apa pengaruh citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli kosmetik ms glow 3. apa pengaruh harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli kosmetik ms glow		Universitas Pelita Bangsa angkatan 2016 dan untuk mengetahui pengaruh terbesar dari ketiga variabel independen tersebut		
6.	Ariesta,Lisa, 2022, Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Ms Glow Di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam BlokagungTegalsari Banyuwangi		1. Adakah pengaruh Label halal( $X_1$ ) dan harga secara parsial terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow (Y) di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam? 2. Adakah pengaruh harga ( $X_2$ ) secara parsial terhadap keputusan membeli produk kosmetik	Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif	untuk mengetahui pengaruh Label halal, dan harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam Tegalsari Banyuwangi	Menggunakan analisis regresi linier berganda	1. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau penyebaran angket, wawancara, dokumentasi.

Lanjutan Tabel 2.1

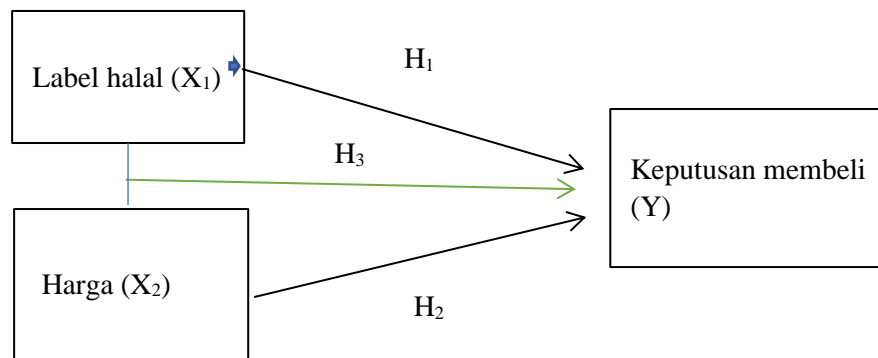
No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link Artikel OJS	Rumusan Masalah	Metode Penelitian	Hasil/Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
			<p>3. MS Glow (Y) di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam ?</p> <p>4. Adakah pengaruh Label (<math>X_1</math>) dan Harga (<math>X_2</math>) secara simultan terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow (Y) di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam?</p>				

Sumber data dioalah, 2022



### C. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independent yaitu label halal dan harga dan satunya variabel dependent yaitu keputusan membeli produk kosmetik MS Glow. Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas diperlukan adanya kerangka pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti tujuan untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji suatu kebenaran suatu penelitian.



Keterangan:

X<sub>1</sub>= label halal

X<sub>2</sub>= harga

Y= Keputusan Membeli

**Gambar 3.1 Kerangka Konseptual**  
(Sumber: Data Diolah Peneliti 2022)

### D. Hipotesis

Adalah jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan tentative tentang hubungan antara dua variabel atau lebih (Sujarwenki,

2015:62). Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat pula dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut:

Ho: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara label halal terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi

H1: Ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara label halal terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS GLOW di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi

Ho: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS GLOW di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi

H2: Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS GLOW di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi

Ho: Tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara label halal dan harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS GLOW di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi

H3: Ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara label halal dan harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS GLOW di asosiasi asrama lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. 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)

## **B. 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.

## **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

### 1. Populasi

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 yang memiliki karakteristik yang serupa menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2011:215).

Menurut pengertian diatas dapat diketahui bahwasannya populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Santri Putri Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Dusun Blokagung Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur dengan jumlah kurang lebih 250 santri putri.

## 2. Sampel

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).

Sesuai dengan pendapat untuk menentukan sampel dari populasi digunakan perhitungan maupun acuan table yang dikembangkan para ahli. Secara umum, untuk penelitian korelasi jumlah sampel minimal untuk memperoleh hasil yang baik adalah 30, sedangkan dalam penelitian eksperimen jumlah sampel minimum 15 dari masing masing kelompok dan untuk penelitian survei jumlah sampel minimum 100 (Arikuntoro, 2011:173).

Sampel adalah subset populasi terdiri dari beberapa anggota populasi subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2011:215). Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin meneliti semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu maka didalam peneliti ini menggunakan 52 sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Santri Putri Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Pondok Pesantren Putri Utara Dariussalam Blokagung yang juga menggunakan produk kosmetik MS Glow.

#### **D. 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). Teknik ini memberikan kesempatan yang sama untuk setiap elemen populasi untuk menjadi sampel. Karena jumlah populasi atau respondennya tidak lebih dari 100 orang maka sampel diambil semuanya. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 52 orang.

#### **E. 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.

## 2. Sumber data

### a) Data primer

Data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) kepada santri putri Asosiasi Asrama Lingkup TPQ yang ada di Pondok Pesantren Darussalam Putri Utara.

### b) Data sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung (ada perantara). Baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, data sekunder bersumber dari studi Pustaka melalui berbagai jurnal, artikel, dan lain lain.

## **F. 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)

**Tabel 3.1 Metode Pembobotan Skala Likert**

Pernyataan	Skor Nilai
SS = Sangat Setuju	4
S = Setuju	3
TS = Tidak Setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Arikunto (2006: 95)

## 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.

Wawancara merupakan suatu percakapan yang diartikan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-haapan secara fisik (Gunawan, 2013:160). Wawancara dalam penelitian ini menggunakan wawancara tidak berstruktur karena pertanyaan diajukan secara acak. Produk kosmetik jenis MS Glow yang digunakan oleh konsumen meliputi *acne*, *luminous*, dan *whitening*.



### 3. Observasi

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

- a. Seberapa banyak konsumen yang telah memakai produk kosmetik MS Glow
- b. Tentang produk kosmetik MS Glow yang dibeli oleh konsumen

### 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).

## **G. Variabel penelitian**

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

### 1. Variabel Independent (X) variabel bebas

Merupakan ubahan yang menjadi sebab perubahannya atas timbulnya variabel dependen (Boedi Abdullah, 2014:33). Pada penelitian ini variabel independen disebutkan yaitu label halal dan harga.

a) Variabel bebas (X1)

Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai label halal. Label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal, sertifikat halal merupakan suatu fatwa tertulis dari Majelis MUI (Majelis Ulama Indonesia) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.

b) Harga (X2)

Merupakan 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).

2. Variabel terikat Dependent (Y)

Keputusan membeli sebagai kekuatan kehendak konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk apabila konsumen memiliki minat untuk membeli suatu produk (Kotler, 2010:98). Ada lima tahapan yang dilalui oleh konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yaitu:

- a. Pengenalan masalah
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternatif
- d. Keputusan pembelian
- e. Perilaku pasca pembelian

## **H. 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).

Untuk validitas dilakukan dengan mengkolerasikan antara skor butir pertanyaan dengan total skor variabel . uji validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut valid dalam mengukur variabel yang diukur. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung pada mamapu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat (Sugiyono, 2016:98).

Hipotesis :

Ho: butir pertanyaan tidak valid

H1: butir pertanyaan valid

Taraf signifikan :

Dihitung dengan rumus korelasi koefisien.

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

Dimana

$r_{hitung}$  = koefisien korelasi

$\sum x_i$  = jumlah skor item

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

n = jumlah responden

Selanjutnya, untuk menentukan validitasnya dengan uji t dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

t = nilai  $t_{hitung}$

r = koefisien korelasi hasil  $t_{hitung}$

n = jumlah responden

Korelasi PPM dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga (-1 ≤ r ≤ +1). Apabila nilai r = -1 artinya korelasinya negatif sempurna; r = 0 artinya tidak ada korelasi; dan r = 1 berarti korelasinya sangat kuat. Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan Tabel interpretasi Nilai r sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r**

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,80 – 1,000	Sangat kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat rendah

Sumber: Riduwan dan Sunarto (2017:81)

Distribusi (tabel t) untuk  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ )  
kaidah keputusan: jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti valid atau tidak merupakan dengan ketentuan sebagai berikut: jika  $r > r$  tabel dengan taraf signifikan 0,05 maka instrumen tersebut dikatakan valid. Jika  $r$  hitung  $< r$  tabel dengan taraf signifikan 0,05, maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid (Sugiyono, 2017:213).

## 2. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam proses SPSS akan dibahas untuk uji yang sering digunakan penelitian mahasiswa adalah dengan Cronbach alpha.

Uji ini kelanjutan dari uji validitas dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Menggunakan batasan 0,6 dapat ditentukan apakah instrumen reliable atau tidak (Priyatno:120)

Dengan rumus cronbach alpha:

$$r = \sum \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_{b^2}}{\sigma_{t^2}} \right]$$

$$\sigma_{t^2} = \frac{\sum(Y^2)}{N} \quad \sigma_{b^2} = \frac{\sum(Y)^2}{N}$$

Keterangan :

r = nilai reabilitas

k = banyaknya butir soal

N = banyaknya responden

$\sigma^2$  = varians total

$\sum \sigma_b^2$  = total varian butir

### 3. Uji Normalitas

Normalitas adalah untuk mengetahui apakah populasi data distribusi normal atau tidak. Pengujian terhadap residual terdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan histogram normality test pada program. Data yang dinyatakan berdistribusi normal apabila hitung lebih besar dari 0,05 (Iman, 2019:182)

Dihitung dengan rumus korelasi koefisien

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

Dimana

$r_{\text{hitung}}$  = koefisien korelasi

$\sum x_i$  = jumlah skor item

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

n = jumlah responden

#### a. Uji t (uji parsial)

Adalah uji yang digunakan untuk menyatakan signifikan pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

1) Menentukan hipotesis nihil dan alternatif.

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$  (tidak ada pengaruh yang signifikan antara label halal dan harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik).  $H_0 : \beta_1 \neq 0$  (ada pengaruh yang signifikan antara label halal dan harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow).

2) Menentukan level of significant ( $\alpha = 0,05$ )

3) Kriteria pengujian

$H_0$  diterima bila  $t\text{-tabel} < t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$   $H_0$  ditolak bila  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  atau  $t\text{-hitung} < -t\text{-tabel}$ .

4) Perhitungan nilai t Dimana:

$B$  = koefisien regresi dari variabel tingkat pendidikan  $S_{b1}$  = standar error koefisien regresi.

5) Kesimpulan

Dengan membandingkan  $t\text{-hitung}$  dengan  $t\text{-tabel}$  dapat diketahui pengaruh antara label halal dan harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow.

b. Uji F (simultan)

Apapun kriteria pengujiaannya adalah sebagai berikut:

1)  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$  artinya bahwa tingkat motivasi kerja Islami dan budaya kerja Islami secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja.

2)  $H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_0$  artinya bahwa tingkat motivasi kerja Islami dan budaya kerja Islami secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja.

- 3) Menentukan level of signifikan  $\alpha = 0,05$
- 4) Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:  $H_0$  = diterima apabila  $F\text{-hitung} \leq F\text{-tabel}$   $H_0$  = ditolak apabila  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$
- 5) Kesimpulan dengan membandingkan  $F$  hitung dan  $F$  tabel diketahui pengaruh tingkat motivasi kerja Islami dan budaya kerja Islami terhadap produktivitas kerja.

## **I. 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. Berdasarkan uraian tersebut maka pemilihan tes statistic yang akan dilakukan adalah regresi linier berganda.

### **1. Analisis regresi linier berganda**

Analisis regresi liner berganda adalah Pengembangan dari analisis regresi sederhana. Kegunaannya adalah untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua atau lebih. Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya



hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), dengan satu variabel terikat (Nurul Pratiwi, 2014:90).

Analisis ini dapat diketahui dalam besarnya variabel bebas (variabel independen), yaitu label halal ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), berpengaruh terhadap variabel terikat, yaitu keputusan membeli ( $Y$ ). adapun persamaan regresi linier berganda untuk 3 prediktor adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

$Y$  = keputusan pembelian (dependen)

$a$  = konstanta dari keputusan regresi

$b_1$  = koefisien regresi dari variabel  $X_1$

$b_2$  = koefisien regresi dari variabel  $X_2$

$X_1$  = label halal (independen)

$X_2$  = harga (independen)

$e$  = tingkat error, tingkat kesalahan

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Umum**

##### **1. Lokasi Penelitian**

###### **a. Gambaran Umum Pondok Pesantren Darussalam Blokagung**

Pondok Pesantren Darussalam berada dikawasan paling ujung timur pulau jawa yaitu tepatnya di daerah banyuwangi selatan kurang lebih 5 km dari kecamatan tegalsari kurang lebih 45 Km dari kabupaten banyuwangi dan kurang lebih 285 Km dari kota Surabaya. Keadaan lokasi daerah tanahnya subur dan di sebelah barat dibatasi oleh sungai kalibaru dan pedesaan, sebelah selatan merupakan tanah persawahan, disebelah timur daerah pedesaan dan disebelah utara juga dikelilingi persawahan. Pondok pesantren Darussalam blokagung merupakan pondok yang mempunyai santri dari berbagai penjuru nusantara bahkan ada juga yang dari luar negeri.

Pondok Pesantren Darussalam Blokagung merupakan pondok pesantren berbasis terpadu karena bukan pondok pesantren tradisional maupun modern. Dikatakan tradisional jika didalam pondok tersebut hanya mengajarkan kitab kitab dan sekolah diniyah jika dikatakan modern apabila didalam pondok pesantren tersebut lebih mengunggulkan sekolah formalnya. Sedangkan di pondok pesantren Darussalam blokagung ini mengupayakan untuk tetap mengedepankan sekolah formal tanpa mengabaikan sekolah diniyah, jadi sebisa mungkin memperoleh kedua

duanya yakni dunia akhirat. Di pondok pesantren Darussalam tidak hanya terdapat sekolah diniyah maupun formal tetapi di pondok pesantren Darussalam ini santri juga dibimbing dan dilatih untuk berwirausaha.

b. Sejarah berdirinya Asosiasi asrama lingkup TPQ

Awal mula berdirinya asosiasi asrama lingkup tpq ini di mulai dari nol seperti dilingkup sini dulunya hanya terdapat satu asrama yaitu Al Ma'muroh dengan kepala asrama hilda nuriyatun dan ditemani dengan mushola yang begitu kecil ( AL IKHWAN ) dikarenakan hanya dipakai untuk satu asrama serta anak anak TPQ yang belajar mengaji dengan metode qiroati.

Setelah itu selang beberapa tahun dibangunlah asrama darul lughoh al injeliziyah (AC) dengan program unggulan bahasa inggris kemudian disusul lagi dengan asrama Nurul Quran (AD) dengan program unggulan Tahfidzul Quran dan untuk yang terakhir yaitu asrama penguraian yang biasa disebut dengan asrama TPQ (AE) dengan program Alfiyyah dikarenakan program tersebut sesuai dengan kelas diniyah anak anak tersebut.

Kemudian selang beberapa tahun kemudian dibentuklah kepengurusan inti atau pusat tersebut dengan nama asosiasi asrama lingkup TPQ. Diberikan kepengurusan inti dengan tujuan mempererat tali sialturrahim antar asrama dengan ciri khas dan program yang berbeda beda ini.

Asosiasi Asrama Lingkup TPQ ini dibawah naungan a'wan pengasuh yakni Agus Indi Najmu Tsaqib dan Ning Nur Maya Badriatuz Zahra merupakan salah satu asrama luar yang mengunggulkan program program

yang terdapat di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung seperti contoh yang terdapat di lingkungan Asosiasi Asrama Lingkup TPQ ini antara lain program Tahfidzul Quran ( AD) dengan jumlah santri 65 jiwa, Darul Lughoh Al Injiliziyah (AC) dengan jumlah santri 30 jiwa, Al Ma'muroh (M) dengan jumlah santri 65 jiwa, dan TPQ (AE) dengan jumlah santri 96 jiwa dengan jumlah santri Seluruh Asosiasi Asrama Lingkup TPQ yakni sekitar 250 santri.

Berdirinya Asosiasi Asrama Lingkup TPQ ini berawal dari beberapa pemikiran dan pertimbangan para pengasuh pondok pesantren Darussalam blokagung dan segenap pengurus pondok pesantren Darussalam blokagung untuk mendirikan kepengurusan inti atau pusat dimana yang khusus menangani ke empat asrama tersebut dengan program unggulan yang berbeda beda tentunya tidak mudah juga dalam mempersatukan seluruh kegiatan yang akan berlangsung setelah adanya asosiasi dengan harapan pengurus mampu dalam bidang Pendidikan.

Struktur kepengurusan Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi antara lain:

- 1) Ketua Asosiasi: ustdz. Fatma Izzatun Nafiah
- 2) Bendahara: ustdz. Nur Laeliah
- 3) Sekretaris: ustdz. Natasya Ayu Puspita Dewi
- 4) Ketua Lembaga Ekstrakurikuler: ustdz. Ainur Rofiqotul
- 5) Ketua Lembaga Qiraati: ustdz. Luluk Zahrotul Khasanatil Wafia
- 6) Ketua Lembaga Ubudiyah: ustdz. Lisa Ariesta

- 7) Ketua Lembaga Kebersihan: ustdz. Siti Hidayah
- 8) Ketua Lembaga Pengajian: ustdz. Wahyuni Agustiningsih
- 9) Ketua Lembaga Kesehatan dan Olah raga: ustdz. Inggrit Lailatul Mukaromah
- 10) Kepala Staf Keamanan: ustdz. Dewi Afifatus Saadah

## 2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini, responden yang diambil adalah santri putri asosiasi asrama lingkup TPQ. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan runder sampling. Adapun data responden adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Tabel Responden**

No	Nama	Alamat	Jenis kelamin
1	Ulfatul Faizah	Sumatera	Perempuan
2	Siti maysaroh	Jambi	Perempuan
3	Siti aisyah	Banyuwangi	Perempuan
4	Nurul hidayati	Songgon	Perempuan
5	Faizatul husna	Kalibaru	Perempuan
6	Lailatul fadilah	Srono	Perempuan
7	Anggi Ananda	Pesanggaran	Perempuan
8	Anis fatus	Genteng	Perempuan
9	Ulvanur rohmah	Taraman	Perempuan
10	Aisyah	Boyolali	Perempuan
11	Khumairo	Jawa tengah	Perempuan
12	Ulfa nur fadilah	Rowo njitu	Perempuan
13	Ferdana marantika	Petanggan	Perempuan
14	Salsa nur azizah	Sriwangi	Perempuan
15	Dera kiftiana	Lubuklinggau	Perempuan
16	Anisaturrohmah	Taraman	Perempuan
17	Hilma anis	Jajag	Perempuan
18	Ning ayu afifah	Gambiran	Perempuan
19	Sundus ayu	Tegal sari	Perempuan
20	Alfi hidayah	Martapura	Perempuan
21	Silfaniatus	Gumawang	Perempuan
22	Indaha naja	Rogojampi	Perempuan
23	Rantika sari	Purwoharjo	Perempuan
24	Ayu puspita	Pesanggaran	Perempuan
25	Shntya bella	Setail	Perempuan

Lanjut Tabel 4.1

No	Nama	Alamat	Jenis kelamin
26	Nur indah	Glenmore	Perempuan
27	Nur laeliah	Sempu	Perempuan
28	Luluk zahrotul	Bulu agung	Perempuan
29	Erika wahyuni	Kalimantan	Perempuan
30	Miftahul Jannah	Kalibaru	Perempuan
31	Fika azizah	Genteng	Perempuan
32	Anggun dasya	Purwoharjo	Perempuan
33	Fatima sholihah	Blimbingsari	Perempuan
34	Anjani salsa	Badean	Perempuan
35	Aulia khafidoh	Sempu	Perempuan
35	Nur fitria	Pesanggaran	Perempuan
36	Nurul toyibah	Tegalsari	Perempuan
37	Nur andini	Songgon	Perempuan
38	Sinta Yuliana	Sempu	Perempuan
39	Arina manasina	Glenmore	Perempuan
40	Ayu kafidoh	Sumatera	Perempuan
41	Lestari	Papua	Perempuan
42	Yunita	Kalimantan	Perempuan
43	Luluk zahrotul	Sulawesi	Perempuan
44	Ririn elviana	Kabat	Perempuan
45	Feranica	Cahaya mas	Perempuan
46	Titin ayu	Taraman	Perempuan
47	Jingga	Giri	Perempuan
48	Hilma anis	Bumi agung	Perempuan
49	Fifi atus	Sempu	Perempuan
50	Elok faikotul	Siliragung	Perempuan
51	Mimi rosidah	Pesanggaran	Perempuan
52	Lina apriliana	Banyuwangi	Perempuan

Sumber: Data Primer, diolah 2022

Maka penelitian ini menentukan jumlah sampel sebanyak 52 responden berdasarkan data dari 52 responden tersebut melalui daftar pernyataan (kuesioner). Maka didapatkan data biodata responden berdasarkan jenis kelamin, Pendidikan, lama menggunakan, dan pengiriman uang saku santri (uang bulanan). Tujuan dari penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui karakteristik responden sebagai objek dari penelitian ini.

## 1. Jenis kelamin

Berdasarkan 52 responden yang telah dibagikan kuesionernya maka dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jeniskelamin	Frekuensi	presentase	
Perempuan	52	100 %	
Jumlah	52	100 %	

Sumber : Data Primer, dioalah (2022)

Dilihat dari tabel diatas bahwasannya karakteristik responden memperlihatkan bahwasannya jenis kelamin yang tersebar dalam penelitian ini adalah perempuan sebanyak 52 orang atau 100 %.

## 2. Pendidikan

Berdasarkan 52 responden yang telah dibagikan kuesionernya, maka dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan Pendidikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Frekuensi	Presentase
Mahasiswi	27	51,92%
Siswi SLTA	25	48.07%
Jumlah	52	100%

Sumber : Data Primer, dioalah (2022)

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa responden yang berdasarkan Pendidikan sebagai mahasiswi sebanyak 27 responden, siswi SLTA sebanyak 25 responden . Dari tabel diatas diketahui bahwasannya sebaran

responden dari penelitian ini didominasi oleh responden yang berdasarkan pendidikan adalah mahasiswa

### 3. Lama menggunakan

Berdasarkan 52 responden yang telah dibagikan kuesionernya maka dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan lama menggunakan**

Lama menggunakan	Frekuensi	Persentase
1 tahun	17	32,69 %
5 bulan	15	28,84 %
2 tahun	20	38,46 %
Total	52	100 %

Sumber: Data Diangket, diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa responden sesuai lama penggunaan selama 1 tahun sebanyak 17 responden (32,69%), responden sesuai lama penggunaan selama 5 bulan sebanyak 15 responden (28,84%), dan responden sesuai lama penggunaan selama 2 tahun sebanyak 20 responden (38,46%). Dari tabel diatas menunjukkan bahwasannya sebaran responden dari penelitian ini didominasi oleh responden yang lama menggunakannya selama 2 tahun.

### 4. Uang Bulanan

Berdasarkan 52 responden yang telah dibagikan kuesionernya Maka dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan pada tabel dibawah ini:



**Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Bulanan**

Uang bulanan	Frekuensi	Persentase
300.000	10	19,23 %
500.000	13	25,00 %
1.000.000	17	32,69 %
400.000	12	23,07 %
Total	52	100 %

Sumber : Data Angket, yang telah diolah 2022

berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa responden yang memiliki uang bulanan atau uang saku perbulan Rp.300.000 sebanyak 10 responden (19,23%), uang bulanan Rp.500.000 sebanyak 13 responden (25,00%), uang bulanan Rp.1.000.000 sebanyak 17 responden (32,69%), dan uang bulanan Rp.400.000 sebanyak 12 responden (23,07%). Dari tabel diatas dapat dilihat bahwasannya responden penelitian didominasi oleh responden yang memiliki uang bulanan sebanyak 1.000.000 dengan jumlah 17 responden (32,69%).

## **B. Analisis Data**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item dalam kuesioner atau skala yang ingin diukur. Dalam penentuan valid atau tidaknya item digunakan, kegiatan yang harus dilakukan adalah dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dengan  $N=52$  Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, maka akan dilakukan terlebih dahulu uji statistic dengan menggunakan SPSS 22, Adapun hasil outputnya dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

**Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Data label Halal X1**

Item Pernyataan	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 SPSS.22 2022

Berdasarkan hasil pengujian dari tabel setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi rhitung > rtabel. Dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 5 pernyataan untuk variabel *Labelisasi Halal* (X1) dinilai semua butir pernyataan valid.

**Tabel 4.7 Uji Validitas Data harga X2**

Item Pernyataan	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 hasil pengujian pada tabel 4.7 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi rhitung > rtabel. Dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 5 pernyataan untuk variabel harga (X2) dinilai semua butir pernyataan adalah valid.

**Tabel 4. 8 Uji Validitas Data keputusan membeli Y**

Item Pernyataan	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

Dari tabel hasil uji validitas data dengan menggunakan korelasi bivariante terlihat bahwa korelasi antara masing masing indikator terhadap total skor konstruk menunjukkan hasil yang signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwasannya masing masing indicator yang digunakan sebagai instrument pengumpulan data adalah valid.

## 2. Uji Reabilitas

Sebuah instrument harus reabilitas dalam arti bahwa instrument tersebut cukup baik sehingga mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya. Uji reabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode alpha cronbach's, suatu instrument dikatakan variabel apabila nilai alpha lebih besar dari 0,06. Hasil pengujian reabilitas disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Labelisasi Halal (X1)**

Cronbach's Alpha	N of Items
,873	10

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.9 menunjukkan nilai bahwa nilai alpha Cronbach untuk masing masing variabel penelitian ini adalah lebih besar 0,06. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi syarat sebagai alat pengumpulan data. Dari tabel diatas hasil pengujian terhadap reliabelitas kuesioner menghasilkan angka Cronbac`s Alpha sebesar 0,873. Hal ini dinyatakan bahwa semua pernyataan dari variabel *Labelisasi Halal (X1)* teruji reliabelitasnya sehingga dinyatakan reilabel.

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabelitas Variabel Harga (X2)**

Cronbach's Alpha	N of Items
,871	10

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel diatas hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka Cronbach`s Alpha sebesar 0,871. hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari variabel Harga (X2) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabelitas Variabel Keputusan Membeli Konsumen (Y)**

Cronbach's Alpha	N of Items
,801	10

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel diatas hasil pengujian terhadap reliabelitas kuesioner menghasilkan angka Cronbac`s Alpha sebesar 0,801. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas uji ini untuk menguji apakah dalam model regresi data variabel dependen dan independen memiliki ditribusi normal. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat analisis dengan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) residual berdistribusi normal jika nilai signifikan > dari 0,05

**Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,94804063
Most Extreme Differences	Absolute	,052
	Positive	,052
	Negative	-,039
Test Statistic		,052
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil Output Data Diolah, 2022

Berdasarkan dari tabel diatas hasil pengujian Kolmogorov Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig.2 tailed) sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa nilai residuel terdistribusi secara norma

#### 4. Metode Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel label halal dan variabel harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik MS Glow di asosiasi asrama lingkup TPQ Dusun Blokagung Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. Analisis ini akan dihitung dengan menggunakan cara software SPSS 22 sebagai berikut:

**Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Berganda**

		KEPUTUSAN MEMBELI	LABEL HALAL	HARGA
Pearson Correlation	KEPUTUSAN MEMBELI	1,000	,660	,671
	LABEL HALAL	,660	1,000	,600
	HARGA	,671	,600	1,000
Sig. (1-tailed)	KEPUTUSAN MEMBELI	.	,000	,000
	LABEL HALAL	,000	.	,000
	HARGA	,000	,000	.
N	KEPUTUSAN MEMBELI	52	52	52
	LABEL HALAL	52	52	52
	HARGA	52	52	52

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan analisis regresi berganda diatas, maka Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen (Labelisasi Halal dan Harga) terhadap variabel dependen (Keputusan membeli Konsumen) dapat di lihat dari nilai signifikan setiap variabel.

1. Nilai Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 27,378 menunjukkan bahwa jika variabel B Labelisasi Halal dan Harga di anggap konstan atau sama dengan (0) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada MS Glow adalah 27,378.
2. Koefisien regresi (X1) sebesar 0,040 menyatakan bahwa variabel *Labelisasi Halal* bertanda positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada pada MS Glow 0,040.
3. Koefisien regresi (X2) sebesar 0,654 menyatakan bahwa variabel Harga positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada MS Glow 0,654.
4. Nilai konstanta sebesar -4,704, artinya variabel label halal (X<sub>1</sub>), harga (X<sub>2</sub>) Dan tidak ada atau sebesar 0, maka variabel Keputusan Membeli (Y) menurun sebesar -4,704

5. Nilai label halal ( $X_1$ ) sebesar 0,649 artinya bahwa jika label halal ( $X_1$ ) mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan Harga ( $X_2$ ) tidak ada atau sebesar 0, maka Keputusan Membeli ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0,649.
  6. Nilai harga ( $X_2$ ) sebesar 0,643, artinya bahwa jika harga ( $X_2$ ) mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan label halal ( $X_1$ ) dan tidak ada atau sebesar 0, maka Keputusan Membeli ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0,643.
5. Pengujian hipotesis
- a. Pengujian parsial (uji t)

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Variabel independent mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependent secara parsial (sendiri sendiri). Pada penelitian ini besarnya df untuk t tabel dapat dihitung yaitu  $df = (n-k) = 52-4=48$

Pengambilan keputusan pada uji ini adalah apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

**Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji T)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16,104	2,844		5,663	,000
LABEL HALAL	,306	,091	,402	3,365	,001
HARGA	,285	,079	,430	3,598	,001

Sumber: hasil output SPSS.22, 2022

- 1) Berdasarkan tabel di atas nilai signifikan dari variabel label halal ( $X_1$ ) sebesar 0,001 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) dan nilai t hitung sebesar 3,365 lebih besar dari t tabel sebesar 1,708. Sehingga variabel variabel halal ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan membeli(Y). Dengan demikian menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , yang menyatakan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan membeli
- 2) Berdasarkan tabel di atas nilai signifikan dari variabel harga ( $X_2$ ) sebesar 0,001 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) dan nilai t hitung sebesar 3,598 lebih besar dari t tabel sebesar 1,708, sehingga variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan membeli (Y). Dengan demikian menolak  $H_0$  dan menerima  $H_{a1}$ , yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan membeli.

b. Uji Simultan (uji-f)

Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan nilai F tabel pada taraf  $\alpha = 0,05$ , Pada penelitian ini besarnya df untuk f tabel dapat dihitung yaitu  $df_1 = (k-1) = 4-1 = 3$ ,  $df_2 = (n-k) = 52-3 = 49$ , dan diperoleh nilai F tabel 2,79.

Suatu data dinyatakan berpengaruh signifikansi apabila F hitung lebih besar dari F tabel atau probabilitas kesalahan kurang dari 5% ( $p < 0,05$ ). Uji F dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22.0.



**Tabel 4.15 uji F**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	239,693	2	119,846	30,343	,000 <sup>b</sup>
	Residual	193,538	49	3,950		
	Total	433,231	51			

Sumber: hasil output diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil uji F menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar  $30,343 > 2,79$  Ftabel dengan angka signifikan (p value)  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel label halal ( $X_1$ ), harga( $X_2$ ) terhadap Keputusan Membeli (Y) produk kosmetik MS Glow Diasosiasi Asrama Lingkup Tpq Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

c. Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

**Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,744 <sub>a</sub>	,553	,535	1,987	,553	30,343	2	49	,000

Sumber: hasil output SPSS.22, 2022

Dari tabel di atas terlihat. Nilai R square sebesar 0,553% yang berarti bahwa 55,3% variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependent. Sisanya sebesar 47,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan pada penelitian ini.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilaksanakan di asrama asosiasi lingkup TPQ dengan mengambil responden pada santri wati yang ada disini. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random. 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.

#### **1. 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. Tingkat signifikansi adalah 0,05 atau 5%. Hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS versi 22 disajikan dalam tabel berikut:

**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.

## 2. 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 kuisisioner 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 kuisisioner 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 (X<sub>2</sub>) 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

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. 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. Dalam artian Ketika konsumen tahu mengenai produk yang dipakai otomatis mereka akan mengetahui produk mana yang baik untuk digunakan dalam tubuh.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi konsumen harus tetap memilih produk kosmetik yang berlabel halal dan yang belum menggunakan kosmetik berlabel halal harus beralih ke produk kosmetik label halal agar sesuai dengan syariat Islam.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan serangkaian riset yang belum penulis atau peneliti lakukan karena variabel yang digunakan terbatas yaitu label halal dan harga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananya Larasati<sup>1</sup>, Ikhwan Hamdani, Santi Lisnawati<sup>3</sup>.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 danSertifikatHalal*, (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](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](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 pembelian konsumen 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

**LAMPIRAN – LAMPIRAN**

### **IDENTITAS RESPONDEN**

**Nama** :

**Usia** :

**Alamat** :

### **KUESIONER**

Berilah tanda (√) pada kolom yang Bapak/Ibu/Sdr/I pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dengan alternative jawaban sebagai berikut:

#### **KETERANGAN:**

Penilaian dalam kuesioner ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010:93).

Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

**SS** = Sangat Setuju

**S** = Setuju

**N** = Netral

**TS** = Tidak Setuju

**STS** = Sangat Tidak Setuju

### LAMPIRAN 1 kuesioner

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Dengan adanya label halal yang dikeluarkan LPPOM MUI saya yakin bahwa pembuat produk kosmetik ms glow tersebut halal					
2.	Dengan adanya label halal yang yang dikeluarkan LPPOM MUI saya yakin bahwa bahan yang dipakai tersebut halal					
3.	Logo halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk kosmetik ms glow					
4.	Produk berlogo halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat oleh MUI					
5.	Saya lebih memilih produk kosmetik berlogo halal dari pada produk yang tidak memiliki label halal					
6.	Adanya tulisan halal yang terdapat pada gambar atau produk tersebut					

	membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian kosmetik					
7.	Adanya label halal pada kemasan mempermudah saya untuk mencari informasi dan keyakinan akan mutu produk tersebut					
8.	Saya membeli produk berlabel halal karena adanya kebutuhan dalam agama saya untuk menggunakan produk yang berlabel halal menurut syariat islam					
9.	Saya lebih memilih produk kosmetik berlabel halal dimanapun saya pergi karena merasa lebih aman					
10.						

## A. Harga

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Produk kosmetik memiliki harga yang dapat dijangkau oleh konsumen					
2.	Produk kosmetik memiliki harga yang dapat bersaing dengan produk yang lain					
3.	Harga produk kosmetik sesuai dengan kualitas yang diberikan					
4.	Keterjangkauan harga merupakan salah satu faktor utama saya dalam membeli suatu produk					
5.	Harga yang ditawarkan produk kosmetik MS Glow sesuai dengan manfaat yang dibutuhkan					
6.	Harga yang ditentukan akan berpengaruh terhadap keaslian produk					



## B. Keputusan membeli

	Pertanyaan	SS	S	N	TS
	Produk kosmetik ms glow merupakan produk kosmetik pilihan utama saya				
	Saya terbiasa melakukan pembelian produk kosmetik ms glow dibandingkan dengan merek lain				
	Saya bersedia merekomendasikan produk kosmetik ms glow kepada teman teman saya				
	Saya ingin melakukan pembelian produk kosmetik merek ms glow secara rutin				
	Saya akan melakukan pembelian ulang pada merek MS GLOW karena harga yang terjangkau				

## Lampiran 2: DATA DAN HASIL PENELITIAN

### Label halal X1

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
4	2	4	3	4	3	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	1	3	1	4	2	2	3	2
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
4	4	4	3	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	3	2	4	2	3	4	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
1	3	1	1	1	2	1	2	3	3
4	3	3	3	4	4	4	4	4	3
4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

## Harga X2

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
4	2	2	4	2	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
4	4	3	2	4	4	3	2	4	4
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	4	3	4
4	3	3	4	2	2	2	2	2	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
3	2	4	4	4	4	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	3	3	4	4

4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	3	3	3	4	4	4	4	4	3
3	2	2	4	1	3	2	3	3	2
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
3	4	4	4	3	4	3	4	4	4

**Keputusan membeli Y**

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
2	3	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	3	3	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	4	4	3	2	4	4	4	4
4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	2	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	2	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4

4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	2	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	1	2	2	2	1	2	2	3	3
3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	4	4	3
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4

## Uji Reliabilitas

X<sub>1</sub>

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,873	10

## Item Total Statistik

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	33,53	12,177	,560	,864
X1.2	33,60	12,859	,440	,872
X1.3	33,75	10,573	,712	,852
X1.4	33,72	11,745	,611	,860
X1.5	33,75	10,535	,757	,847
X1.6	33,74	12,737	,412	,874
X1.7	33,66	11,459	,671	,855
X1.8	33,58	11,940	,691	,855
X1.9	33,47	13,100	,637	,865
X1.10	33,58	12,363	,558	,864

X<sub>2</sub>

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,871	10

### Item Total Statistik

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	32,21	16,745	,531	,864
X2.2	32,26	14,544	,791	,841
X2.3	32,47	15,677	,529	,863
X2.4	32,32	16,607	,388	,873
X2.5	32,58	15,017	,580	,860
X2.6	32,49	15,678	,560	,860
X2.7	32,62	15,163	,616	,856
X2.8	32,47	15,331	,570	,860
X2.9	32,30	15,407	,660	,853
X2.10	32,26	15,313	,702	,850

Y

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,801	10

### Item Total Statistik

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	33,92	7,053	,504	,780
Y.2	34,12	6,300	,539	,777
Y.3	34,15	6,956	,373	,799
Y.4	34,21	6,954	,400	,794
Y.5	34,17	6,773	,472	,784
Y.6	33,94	6,448	,624	,764
Y.7	33,87	7,217	,506	,781
Y.8	33,88	7,163	,587	,775
Y.9	33,81	7,805	,601	,788
Y.10	33,85	7,662	,510	,787

## UJI NORMALITAS

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,65178787
Most Extreme Differences	Absolute	,105
	Positive	,073
	Negative	-,105
Test Statistic		,105
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

## Uji regresi berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,104	2,844		5,663	,000
	LABEL	,306	,091	,402	3,365	,001
	HALAL	,285	,079	,430	3,598	,001

- a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMBELI



### Uji T

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,104	2,844		5,663	,000
	LABEL HALAL	,306	,091	,402	3,365	,001
	HARGA	,285	,079	,430	3,598	,001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMBELI

### Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	239,693	2	119,846	30,343	,000 <sup>b</sup>
	Residual	193,538	49	3,950		
	Total	433,231	51			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMBELI

b. Predictors: (Constant), HARGA, LABEL HALAL

### Uji R<sup>2</sup>

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	,744 <sup>a</sup>	,553	,535	1,987	,553	30,343	

a. Predictors: (Constant), HARGA, LABEL HALAL

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMBELI

### Lampiran 3 DOKUMENTASI



Gambar 1.1 totbag ms glow dan lainnya



Gambar 1.2 totbag



Gambar 1.3 skincare ms glow laki laki



Gambar 1,4 paket ms glow dan serum



Gambar 1.5 paket siang malam dan toner ms glow



INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM

**IAIDA**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

TERAKREDITASI

BLOKAGUNG - BANYUWANGI

Jamat : Pon. Pes. Darussalam Blokagung 02/IV Kerangdoro-Tegal Sari Banyuwangi Jawa Timur - 68491 No. Hp: 085268405333, Website: www.iaida.ac.id, E-mail: iaidablokagung@gmail.com

**PENGESAHAN REVISI UJIAN SKRIPSI  
TAHUN AKADEMIK 2021/2022**

Nama : Lisa Ariesta  
NIM : 18131110065  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah (ESy) / Perbankan Syariah (PSy)

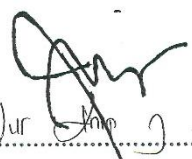
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap  
keputusan Membeli Produk Kosmetik MS  
Calon di Asosiasi Asramah Hingkep TPQ  
Darussalam Blokagung Tegal Sari Banyuwangi

Telah dilakukan revisi sesuai dengan catatan dari hasil ujian yang telah  
dilaksanakan pada sidang Ujian Skripsi pada hari Kamis tanggal  
16 Juni 2022.

Blokagung, 21 Juni 2022

Mengetahui,

Pembimbing

  
(Nur Shap)

Dekan

  
  
Lety Ana Perawati Ekaningsih, SE, MH, MM., CRP.  
NIDN. 2125027901

## Lampiran 4 Kartu Bimbingan



### KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Lisa Ariesta  
 NIM/NIMKO : 1813110065  
 PRODI : Ekonomi Syaria'ah (ESY)  
 FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

NO	TGL. KONSULTASI	TOPIK POKOK YANG DIBICARAKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING	TGL MENGHADAP KEMBALI
	20/01/2022	Konsultasi Soal Proposal		25/01/2022
	25/01/2022	Revisi Bab I, II, III		29/01/2022
	29/01/2022	Revisi Bab I, II dan Definisi Operasional		31/02/2022
	31/02/2022	Revisi Bab I dan ACC		12/02/2022
	12/02/2022	Revisi Bab III dan Analisis Data		19/02/2022
	19/02/2022	Revisi Bab III ACC		28/02/2022
	28/02/2022	Konsultasi Bab IV dan V		03/03/2022
	03/03/2022	Revisi Bab IV		04/03/2022
	04/03/2022	Konsultasi Bab V		18/03/2022
	15/03/2022	Revisi Bab IV dan V		20/03/2022
	20/03/2022	Bab V Pembahasan		26/03/2022
	24/03/2022	Revisi Bab V dan Konsultasi Bab VI		2/04/2022
	2/04/2022	Revisi Bab V dan VI		06/04/2022
	06/04/2022	ACC		20/04/2022
	20/04/2022	Revisi Bab I, II, III		24/04/2022
		Revisi Bab IV, V, VI		
		ACC		

Mulai Bimbingan : .....

Batas Akhir Bimbingan : .....

Blokagung .....2021

Mengetahui,  
Ketua Prodi

Dr. NURUL INAYAH, SE., M.Si.

Dosen Pembimbing

(Nur Anim Soeharta)

Keterangan : Kartu ini tidak boleh hilang dan setiap bimbingan harus dibawa

## Lampiran 5 Cek Plagiasi

Page 1 of 41

### Plagiarism Detector v. 1921 - Originality Report 6/27/2022 10:25:26 AM

Analyzed document: **Lisa Ariesta.docx** Licensed to: **Aster Putra**

Comparison Preset: **Rewrite** Detected language: **Id**

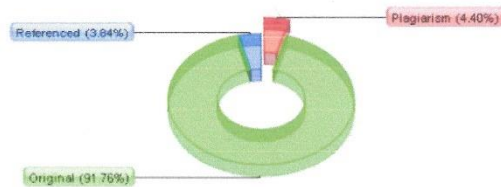
Check type: **Internet Check**

[tee\_and\_enc\_string] [tee\_and\_enc\_value]

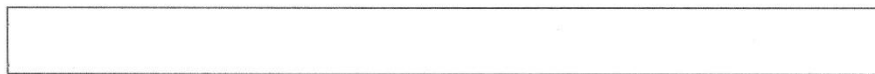


Detailed document body analysis:

Relation chart:



Distribution graph:



Top sources of plagiarism: **8**

3%	442	1. <a href="https://shsfeapi1.pdc-gate2.com/get_doc.php?id=7172/MTAuMTQ3MTAvanNtby52M2IxLjQxNzg=.txt">https://shsfeapi1.pdc-gate2.com/get_doc.php?id=7172/MTAuMTQ3MTAvanNtby52M2IxLjQxNzg=.txt</a>
2%	249	2. <a href="https://shsfeapi1.pdc-gate2.com/get_doc.php?id=6240/MTAuMjQ4NDMvam1hLjIwMTgudjA2Lm5wMTI=.txt">https://shsfeapi1.pdc-gate2.com/get_doc.php?id=6240/MTAuMjQ4NDMvam1hLjIwMTgudjA2Lm5wMTI=.txt</a>
2%	232	3. <a href="https://shsfeapi1.pdc-gate2.com/get_doc.php?id=8450/MTAuMjExNDMvamhWLnZvbDQ4Lm5vMi4xNjY1.txt">https://shsfeapi1.pdc-gate2.com/get_doc.php?id=8450/MTAuMjExNDMvamhWLnZvbDQ4Lm5vMi4xNjY1.txt</a>

Processed resources details: **21 - Ok / 1 - Failed**

Important notes:

Wikipedia:	Google Books:	Ghostwriting services:	Anti-cheating:
[not detected]	[not detected]	[not detected]	[not detected]

[uace\_headline]

[uace\_line1]

[uace\_line2]

[uace\_line3]

[uace\_line4]

file:///C:/Users/Mr.%20Adib/Documents/Plagiarism%20Detector%20reports/originality%... 6/27/2022

## Lampiran 6 Surat Keterangan Penelitian



# ASOSIASI ASRAMA LINGKUP TPQ PONDOK PESANTREN PUTRI UTARA "DARUSSALAM"

Office : Kantor Pusat Asosiasi Asrama Lingkup TPQ, Bawah Asrama Nurul Qur'an (TPQ Darussalam) Tlp/Wa: 085817284553

### SURAT KETERANGAN Nomor:31.1/20/AALT/IV/2022

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa, Mahasiswi Institut Agama Islam Darussalam yang namanya tercantum dibawah ini benar-benar telah melaksanakan Penelitian dengan Judul Skripsi "**Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik MS Glow di Asosiasi Asrama Lingkup TPQ Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi**", yang dilaksanakan pada tanggal **27 April 2022**. Adapun Mahasiswi Peneliti sebagai berikut:

No	NAMA	NIM	PRODI
1.	Lisa Ariesta	18131110065	Ekonomi Syariah

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Blokagung, 27 April 2022

Mengetahui,

A'wan Pengasuh Asosiasi

NING. NUR MAYA BADRIYATUZ ZAHRA

Kepala Asosiasi

FAJMA IZZATUN NAFI'AH

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Lisa Ariesta  
 Nim : 18131110065  
 TTL : Oku Timur, 17 April 2000  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Agama : Islam  
 Prodi : Ekonomi Syariah (ESy)  
 E-mail : [Lisaariesta@gmail.com](mailto:Lisaariesta@gmail.com)  
 Alamat : Taraman, Semendawai Suku III,  
 Oku Timur,Sumsel

### Riwayat Pendidikan:

Jenjang pendidikan	Tahun masuk	Tahun lulus	Nama Sekolah /Perguruan Tinggi	Bidang Studi
TK	2005	2006	TK Taraman	-
SD	2006	2011	SDN 2 Taraman	-
SLTP	2012	2014	MTS Subulussalam	-
SLTA	2015	2017	MA Subulussalam	IPS
S1	2018	2022	IAI Darussalam Blokagung	Ekonomi Syariah

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Sekolah
ULA	2018	2019	Madrasah Diniyyah Al-Amiriyyah pondok pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi
WUSTO	2019	2021	-
ULYA	2021	2022	-