

**PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA JUAL TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK KOSMETIK EMINA
(Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019-2021)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh :

FITRIA RIZKY MAHARANI

NIM : 1605026085

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2023**



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl Prof Dr Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
Website : febi.Walisongo.ac.id - Email febi@walisongo.ac.id


PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Fitria Rizky Maharani
Nomor Induk Mahasiswa : 1605026085
Fakultas/Jurusan : Si Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal dan Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emrina (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019 -2021)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude pada tanggal Maret 2023 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 20 July 2023


Ketua Sidang


Prof. Dr. H. Mullyono, MA.
NIP : 195902151985031005


Penguji I


Mardiyaturrositasingsih, M.E.
NIP : 199303112019032020

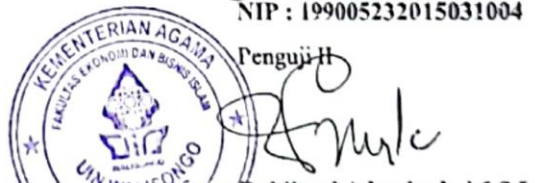
Pembimbing I


Nurudin, S.E., M.M.
199005232015031004


Sekretaris Sidang


Nurudin, S.E., M.M.
NIP : 199005232015031004

Penguji II


Rabi'atul Adawiyah, M.S.I.
NIP : 198911012019032908

Pembimbing II


Musassarrah, M.S.I.
1971042920160121901



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
An. Fitria Rizky Maharani
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Fitria Rizky Maharani

NIM : 1605026085

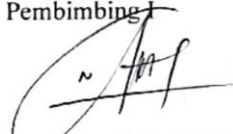
Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : **PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA(Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019-2021)**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Atas Perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

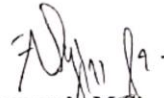
Pembimbing I



Nurudin, S.E., M.M
NIP. 199005232015031004

Semarang, 08 Juni 2023

Pembimbing II



Muvassarah, M.Si
NIP. 1974042920160121901

MOTTO

“ Allah SWT tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan
kemampuannya”

- Qs. Ali ‘baqarah ayat 286

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras, tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan, tidak ada
kemudahan tanpa doa”.

PERSEMBAHAN

Saya mempersembahkan sebuah karya sederhana ini kepada:

- 1) Pertama teruntuk orang tua Bapak Chairul Bardan dan Ibu Ruswati, terimakasih atas kerja keras Ibu dan Bapak selama ini untuk membesarkan dan memberikan pendidikan yang sebaik-baiknya kepada anak-anak hingga dewasa ini dan juga selalu mendukung saya dalam hal apapun. Semoga kebaikan, hidayah, ampunan, dan surga telah disiapkan Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*.
- 2) Kedua teruntuk adik saya Rosyha Lailatus Sa'adah yang terus memberikan motivasi, hiburan dan semangat selama saya mengerjakan tugas akhir ini.
- 3) Ketiga teruntuk semua sahabat, teman – teman yang telah memberikan saya motivasi, semangat dan ilmunya dalam mencari ilmu disini.
- 4) Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam Tahun 2019 – 2021 yang telah membantu membantu memberikan informasi dengan mengisi kuisioner.

DEKRALASI

Nama : Fitria Rizky Maharani
NIM : 1605026085
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Semarang, 7 Juni 2023



Fitria Rizky Maharani
1605026085

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin di dalam skripsi ini mengacu pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang (al-) disengaja secara konsisten agar sesuai teks Arabnya.

1. Konsonan

| Arab | Latin | Arab | Latin |
|------|-------|------|-------|
| ا | A | ط | T |
| ب | B | ظ | Z |
| ت | T | ع | ' |
| ث | S | غ | G |
| ج | J | ف | F |
| ح | H | ق | Q |
| خ | Kh | ك | K |
| د | D | ل | L |
| ذ | Z | م | M |
| ر | R | ن | N |
| ز | Z | و | W |
| س | S | ه | H |
| ش | Sy | ء | ' |
| ص | S | ي | Y |
| ض | D | | |

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab sama seperti vocal dalam Bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vokal atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat. Transliterasinya sebagai berikut:

| Arab | Nama | Latin |
|------|----------------|-------|
| ◌َ | <i>Fathah</i> | A |
| ◌ِ | <i>Kasrah</i> | I |
| ◌ُ | <i>Dhammah</i> | U |

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf transliterasinya gabungan huruf yaitu :

| Arab | Nama | Latin |
|------|------------------------|-------|
| ◌َ ي | <i>Fathah dan ya</i> | Ai |
| ◌ِ و | <i>Kasrah dan wawu</i> | Au |

c. Bacaan Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut :

| Arab | Nama | Latin |
|------|--------------------------------|-------|
| أَ | <i>Fathah dan Alif atau ya</i> | Au |
| أِ | <i>Kasrah dan ya</i> | Ai |
| أِو | <i>Dhammah dan wawu</i> | Iy |

d. Ta Marbutah

Transliterasinya ta marbutah ada dua, yaitu :

1) Ta marbutah (**ﺕ**) hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fatah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya adalah t.

2) Ta marbutah (**ﺕ**) mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah h.

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang mayoritas beragama Islam dengan begitu di harapkan mayoritas penduduk tersenut memahami dan menggunakan produk Halal, namun pada kenyataana penjualan produk kosmetik Non – Halal atau tidak Bersetifikasi Halal masih laris di pasaran dan memperoleh penjualan tertinggi di atas produk kosmetik Halal. Keputusan pembelian dalam suatu produk dapat di pengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya Label halal dan Harga Jual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Label Halal dan Harga Jual terhadap keputusan pembelian produk Emina. Studi kasus di laksanakan dengan responden mahasiswi fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dengan Jumlah semple 95 orang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Emina, variable harga jual juga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Emina, keduany berpengaruh secara stimulan terhadap keputusan pembelian produk Emina. Keterbatasan penulis hanya menggunakan dua variable bebas dan juga waktu yang singkat menghasilkan penelitian ini sesuai dengan kemampuan penulis.

Keyword : *Label Halal, Emina, Keputusan Pembelian, Harga*

Abstrak

Indonesia is a predominantly Muslim country, so it is hoped that the majority of the population will understand and use Halal products, but in fact the sales of Non-Halal cosmetic products or Non-Halal Certified are still selling well in the market and have the highest sales over Halal cosmetic products. Purchasing decisions in a product can be influenced by several factors including halal label and price. This study aims to determine the effect of halal label and price on purchase decisions for emina products. The case study was carried out with women student respondents from the Faculty of Islamic Economics and Business at UIN Walisongo with a sample size of 95 people. This study uses quantitative research methods. The results of this study indicate that the halal label has a partial effect on purchase decisions for Emina products, the selling price variable also has a partial effect on purchasing decisions for Emina products, both of which have a stimulant effect on purchase decisions for Emina products. The writer's limitations are only used two independent variables and also had a short time to produce this research according to the author's abilities.

Keyword : Halal Labels, Emina, Price, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah rabil 'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* atas segala karunia-Nya, sehingga skripsi dengan judul **Pengaruh Label Halal dan Harga Jual Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Emina**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Islam Walisongo. Sholawat serta salam kepada junjungan Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wa sallam* suri tauladan umat muslim.

Penulis skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, doa, motivasi, dan dukungan dari pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan hormat dan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. H. Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag, selaku Ketua Prodi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Nurudin, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Muyassarah, M.SI. selaku dosen pembimbing II dalam penulisan ini.
5. Prof. Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku dosen wali yang selalu memberikan bimbingan dan arahan dari awal masuk perkuliahan sampai pada titik ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tudy di kampus tercinta ini.
6. Seluruh dosen, tenaga kependidikan dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan yang bermanfaat.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan serta doa bagi penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata, penulis berhadap semoga skripsi ini bermanfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, 28 Mei 2023

Penulis

Daftar Isi

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL..... | 1 |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | II |
| MOTTO..... | IV |
| PERSEMBAHAN..... | V |
| DEKRALASI..... | VI |
| PEDOMAN TRANSLITERASI..... | VII |
| ABSTRAK..... | X |
| KATA PENGANTAR..... | XII |
| Daftar Isi..... | XIII |
| Daftar Tabel..... | XV |
| Daftar Gambar..... | XVI |
| Daftar Lampiran..... | XVII |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Sistematika Penulisan..... | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 9 |
| 2.1.1 Teori Label Halal..... | 9 |
| 2.1.2 Harga..... | 14 |
| 2.1.3 Keputusan Pembelian..... | 16 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 17 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 21 |
| 2.4 Hipotesis..... | 21 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 23 |
| 3.1 Jenis dan Sumber Data..... | 23 |
| 3.2 Populasi dan Sampel..... | 23 |
| 3.2.1 Populasi..... | 23 |
| 3.2.2 Sampel..... | 24 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data..... | 25 |
| 3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran..... | 26 |
| 3.5 Teknis Analisis Data..... | 28 |

| | |
|--|-----------|
| 3.5.1 Skala Pengukuran | 28 |
| 3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner | 28 |
| 3.5.3 Uji Asumsi Klasik | 29 |
| 3.5.4 Analisis Regresi Berganda | 30 |
| 3.5.5 Uji Hipotesis..... | 30 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 32 |
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 32 |
| 4.1.1. Emina | 32 |
| 4.1.2 Profil Responden | 35 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 36 |
| 4.2.1 Uji Validitas & Reliabilitas. | 36 |
| 4.2.2 Uji Asumsi Klasik | 39 |
| 4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 42 |
| 4.2.4 Uji Hipotesis..... | 43 |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian..... | 45 |
| BAB V KESIMPULAN | 47 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 47 |
| 5.2 Keterbatasan Peneliti | 47 |
| 5.3 Saran..... | 48 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 49 |

Daftar Tabel

| | |
|---|----|
| Tabel 1 1 Tabel Daftar Produk Kosmetik Halal di Indonesia | 4 |
| Tabel 1 2 Tabel Daftar Kosmetik Yang di Gunakan Mahasiswi UIN Walisongo Semarang | 5 |
| | |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 17 |
| | |
| Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang pada Semester Gasal Tahun Akademik 2019-2021 | 24 |
| Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variable | 27 |
| Tabel 3. 3 Tabel Skore Skala Likert | 28 |
| | |
| Tabel 4. 1 Tabel Contoh Produk Kosmetik Emina | 32 |
| Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jurusan | 35 |
| Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Angkatan | 36 |
| Tabel 4. 4 Uji Validitas | 37 |
| Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas | 38 |
| Tabel 4. 6 Uji Normalitas | 39 |
| Tabel 4. 7 Uji Multikolinieritas | 40 |
| Tabel 4. 8 Uji Heteroskedasitas | 41 |
| Tabel 4. 9 Analisis Regresi Linier Berganda | 42 |
| Tabel 4. 10 Uji t (Parsial) | 43 |
| Tabel 4. 11 Uji F | 44 |
| Tabel 4. 12 Koefisien Diterminasi | 44 |

Daftar Gambar

| | |
|-------------------------------------|----|
| Gambar 1 - logo label halal | 11 |
| Gambar 2 - Kerangka Pemikiran | 21 |

Daftar Lampiran

| | |
|---|----|
| Lampiran 1. Kuisisioner..... | 52 |
| Lampiran 2. Daftar Identitas Responden..... | 55 |
| Lampiran 3. Rekap data Kuesioner Penelitian | 58 |
| Lampiran 4. Uji Kelayakan Data..... | 65 |
| Lampiran.5 Uji Asumsi Klasik..... | 69 |
| Lampiran.6 Uji Agresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis | 71 |
| Lampiran7. Tabel r, Tabel t, Tabel f | 73 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 82 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Republik Indonesia tentang kosmetik menyebutkan bahwa Kosmetik yaitu bahan atau seidaan yang dimaksudkan untuk dipergunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) gigi dan mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan mengubah penampilan, memperbaiki bau badan dan memelihara tubuh pada kondisi baik.¹ Kosmetik telah dikenal sejak kurun waktu yang lama, dengan adanya naluri untuk selalu tampil cantik menjadikan mereka senantiasa bereksperimen menemukan cara yang tepat untuk memperlihatkan kecantikan mereka. Sebagai contoh kisah Cleopatra sang ratu Mesir yang terkenal akan kecantikannya mempunyai kebiasaan tersendiri untuk merawat kecantikannya dan juga selir – selir Kaisar Cina menggunakan kelopak mawar untuk memberi warna merah bibir mereka, dan juga wanita bangsawan Korea pada jaman Joseon menggunakan sabun yang berasal dari beras dan gandum yang disebut jodu.²

Penggunaan kosmetik pada umumnya digunakan para wanita dari usia remaja sampai dewasa untuk merawat penampilan fisik mereka tak terkecuali bagian wajah dan kulit tubuh mereka. Wanita pada jaman sekarang menempatkan produk kosmetik dan perawatan kulit mereka sebagai kebutuhan primer mereka. Produk kosmetik dan perawatan kulit di gunakan untuk berhias dan merawat kulit mereka untuk menunjang penampilan fisik mereka. Namun tidak menutup kemungkinan para laki – laki untuk menggunakan kosmetik untuk merawat tubuh mereka juga.

Meningkatnya konsumsi kosmetik pada masa sekarang ini menyebabkan perkembangan pesat pada industri kosmetik Indonesia. Tak hanya produk lokal banyak juga produk luar yang masuk ke Indonesia ikut andil dalam persaingan pasar kosmetik Indonesia. Dikarenakan oleh hal tersebut menyebabkan dorongan dan tuntutan kepada para produsen produk kosmetik untuk semakin kreatif dan selalu berinovasi dalam memenuhi kebutuhan konsumennya agar tetap bisa bersaing dan mempertahankan konsumennya. Dengan memperlihatkan citra perusahaan yang baik dan promosi yang benar merupakan salah satu cara untuk menarik hati konsumen untuk membeli produk yang kita miliki.

¹ Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) No. HK.00.5.4.1745 Tentang Kosmetik

² <https://www.idntimes.com/science/experiment/izza-namira-1/perawatan-kulit-perempuan-korea-selatan-zaman-kerajaan?page=all> di akses pada 02/12/2022 pkl 9:33

Selain itu hal penting yang harus produsen perhatikan adalah penentuan harga jual dan juga pemilihan bahan agar cocok digunakan pada kulit konsumen.

Dalam hal pemilihan bahan dikarenakan Indonesia merupakan negara yang banyak diketahui mayoritas beragama muslim begitu pula di kota Semarang dari total jumlah penduduk 1.685.909 jiwa, 1.470.442 jiwa beragama muslim dan sisi lainnya beragama Hindu, Budha, Katholik, Protestan dan lainnya³ karena pemahaman masyarakat terhadap larangan dan perintah agama menjadikan konsumen yang beragama muslim menjadi makin selektif dalam memilih produk untuk digunakan. Seperti firman ALLAH SWT dalam Surat Al Maidah ayat 88 :

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya :

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang telah Allah rezekikan kepadamu dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadanya”. (QS. AL Maidah : 88)

Dalam potongan ayat tersebut ditegaskan bagi umat Islam untuk memakan yang halal lagi baik yang bermanfaat untuk tubuh, yang menghasilkan makna perintah diperbolehkannya memakan yang halal, namun tidak semua yang halal itu baik ada kondisi tertentu yang membuat suatu hal yang dapat di konsumsi yang halal tapi kurang baik seperti makanan halal yang kurang bergizi maka menjadikan hal itu menjadi tidak baik , yang di perintahkan Allah yaitu yang halal lagi baik dan bermanfaat.⁴ Makan dalam ayat ini bermakna segala aktivitas manusia dalam memakan atau menggunakan sesuatu produk

Hal yang perlu dipertimbangkan oleh produsen saat meluncurkan sebuah produk yaitu penentuan harga jual. Harga jual yang terjangkau dengan kualitas yang bagus maka akan menjadi pertimbangan bagi para konsumen. Dalam penentuan produsen harus menentukan harga jual sesuai dengan pangsa pasar tujuan agar nantinya tidak mendapat kerugian bagi perusahaan.

³ <https://semarangkota.bps.go.id/indicator/155/41/1/jumlah-pemeluk-agama.html> 01/12/2022 pkl 8:23

⁴ Shihab M. Quraishi. "Tafsir Al Misbah pesan kesan dan keserasian Al – Quran. (Jakarta : Lentera Hati 2001) hal 188 - 189

Bagi umat Islam, keputusan harus diambil berdasarkan aturan yang berlaku pada agama. Menurut aturan ini, pemasar harus mempertimbangkan aspek kehalalan produk, terutama di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Menurut aturan ini, pemasar harus mempertimbangkan aspek kehalalan suatu produk agar masyarakat muslim dapat mengambil keputusan pembelian dan merasa yakin terhadap produk tersebut. Pemahaman agama yang lebih baik membuat masyarakat muslim lebih selektif dalam memilih produk yang mereka konsumsi. Masyarakat non muslim juga menyukai dan mempercayai produk berlabel halal yang telah teruji dengan baik sebelum diklasifikasikan halal.

Di Indonesia, sertifikasi kehalalan produk dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), yang merupakan proses review yang dilakukan oleh tim Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), yang karyanya cukup kuat untuk meneliti, menganalisis dan memutuskan apakah produk, termasuk makanan dan turunannya, obat-obatan dan kosmetik, aman dari sudut pandang kesehatan atau Konsumsi ajaran Islam, yaitu halal atau diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh umat Islam, khususnya di Indonesia, selain memberikan nasihat, membuat peraturan dan mengarahkan layanan masyarakat.

Label adalah tampilan sederhana atau gambar yang dirancang dengan baik pada suatu produk merupakan bagian integral dari kemasan . label adalah bagian dari sesuatu Produk yang membawa informasi verbal dan merupakan bagian dari kemasan produk Tjiptono dalam Sahir dkk (2016). Menurut Halal yang terdapat di departemen agama KEPMENEG RI No. 518 Tahun 2001 tentang Pemeriksaan dan Penetapan Kehalalan Pangan. Muslim Ada makanan bebas unsur, obat-obatan, kosmetik dan produk lainnya atau bahan yang dilarang untuk dikonsumsi oleh umat Islam, dan pengolahannya atau Proses produksinya tidak melanggar syariat Islam. Label halal adalah jaminan yang diberikan oleh badan yang berwenang seperti Lembaga Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM) MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut telah lulus uji Halal menurut Syariah Islam.⁵ Yang sekarang di tangani oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Berikut adalah contoh beberapa produk kosmetik berlabel halal yang tercatat MUI beredar di Indonesia beserta harganya :

⁵Eka Dewi. *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan*. Vol.3 No 1. Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen, 2016 hal 47-61

Tabel 1 1 Tabel Daftar Produk Kosmetik Halal di Indonesia

| No | Nama Produk | Tahun Sertifikasi | Label Halal | Harga |
|----|-------------|------------------------|---------------------------|-------------------------------------|
| 1 | Avoskin | 2021 | LPPOM- 00150074891115 | Rp. 100.000 – Rp 400.000 |
| 2 | Wardah | 1998 | LPPOM - 00150010680899 | Rp. 30.000 – 300.000 |
| 3 | Somethinc | 2019 | LPPOM- 00150070831114 | Rp. 40.000 – Rp. 300.000 |
| 4 | Scarlet | 2020 | LPPOM- 00150140750222 | Rp. 70.000 – Rp. 300.000 |
| 5 | Erha | Diperbarui tahun 2021 | LPPOM- 00150087390218 | Rp. 60.000 – Rp. 350.000 |
| 7 | Emina | Diperbarui tahun 2021 | LPPOM- 00150084300817 | Rp. 30.000 – Rp.100.000 |
| 8 | MS Glow | 2021 | LPPOM- 00150090610918 | Rp. 60.000 – Rp 400.000 |
| 9 | Azarine | 2022 | LPPOM- 00150114790221 | Rp. 24.000 – Rp. 150.000 |
| 10 | Pixy | Di perbarui tahun 2022 | LPPOM- 00170131781121 | Rp. 25.000 – Rp. 100.000 |

Sumber : Website Halal MUI dan Shopee

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Dewi , harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk. Saladin Dalam Amilia menyatakan bahwa harga adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.⁶ Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa Menurut Mahanani.

⁶ Amelia Rizka, *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina dengan Minat Beli Sebagai Variable Interveting (Studi Kasus Gen z di Sumatra Selatan)* thn 2022 hal 37.

Menurut Thamrin dan Francis dalam Habibah penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Disisilain menurut Ronaldo Klisman harga jual barang tidak mempengaruhi keputusan membeli produk kosmetik Safi.⁷

Feti Mayangsari dkk mengatakan Label Halal dan Harga Jual tidak terlalu kuat mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.⁸ Menurut data penjualan kosmetik atau skincare per April – Juni 2022 di E – commerce, ada 10 merk yang masuk dalam jajaran penjualan produk tertinggi di antaranya⁹ :

- | | |
|--------------|--------------------|
| 1. Something | 6. Azarine |
| 2. Scarlett | 7. Wardah |
| 3. MS Glow | 8. Erha |
| 4. Avoskin | 9. Emina |
| 5. Whitelab | 10. Bio Beauty Lab |

Diantara merk – merk tersebut brand WhiteLab sendiri tidak memiliki label halal dalam kemasanya dan juga tidak termasuk kedalam daftar kosmetik halal MUI. Hal ini menunjukkan brand atau merk kosmetik tanpa ada label halal MUI masih bisa mendapatkan penjualan tinggi di atas beberapa brand kosmetik halal.

Perusahaan haruslah mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan menetapkan harga. Dengan dua faktor label halal dan harga jual tersebut sektor pasar atau konsumen akan melihat label halal dan harga yang terjangkau untuk dapat memenuhi kebutuhan tersebut dan mempengaruhi keputusan yang dimabil dalam kegiatan pembelian produk Emina.

Tabel 1 2 Tabel Daftar Kosmetik Yang di Gunakan Mahasiswi UIN Walisongo Semarang

| No | Merk Kosmetik | Label Halal | Jumlah |
|----|---------------|-------------|-----------|
| 1 | Viva | Ada | 6 |
| 2 | Wardah | Ada | 18 |
| 3 | Emina | Ada | 11 |
| 4 | Sariayu | Ada | 2 |
| 5 | Silky Girl | Ada | 0 |
| 6 | Lainya : | | 33 |
| | Total | | 50 |

⁷Klisman Ronaldo.(skripsi) Pengaruh label halal kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik safi. 2021 hal 107

⁸Mayang Sari F, Makhrian A & Buldani K. Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik wardah. Jurnal Profesional FIS UNIVED Vol 1. 2018 hal 30

⁹<https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/> di akses pkl 14.06

Dari pra riset yang sebelumnya saya lakukan dari 50 orang mahasiswi S1 UIN Walisongo yang 23 diantaranya merupakan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam diantaranya yang mengisi form pra riset merupakan mahasiswi angkatan 2019 – 2021 salah satu yang banyak digunakan oleh mereka adalah produk kosmetik Emina. Hal ini mungkin terjadi dikarenakan adanya unsur – unsur seperti label halal dan juga harga jual yang sesuai dengan kantong mahasiswa. Emina merupakan sebuah brand kosmetika yang berfokus pada produk perawatan dan kosmetik yang aman digunakan pada kulit remaja dan wanita muda. Emina sendiri merupakan produk kosmetik yang diproduksi oleh PT.Paragon Technology and Innovation dengan citra merek halal yang produk – produknya telah mengantongi sertifikasi halal tidak terkecuali produk kosmetik Emina ini. Sebagai contoh produk yang terkenal dari Emina yaitu *Suncreen Emina Sun Protection SPF 30* yang masuk dalam jajaran TOP 10 brand lokal produk tahun 2022.

Dengan latar belakang yang tertulis diatas penulis ingin mengetahui apakah label halal dan harga jual mempengaruhi mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam UIN Walisongo untuk memutuskan membeli produk Emina serta manakah yang paling berpengaruh dalam keputusan membeli oleh konsumen, Maka dari itu penulis ingin melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Label Halal dan Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang).”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang diterangkan pada bagian latar belakang masalah, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan studi kasus mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang angkatan 2019-2021. Berikut merupakan rumusan masalahnya :

1. Apakah label berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Emina?
2. Apakah harga jual produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Emina ?
3. Apakah label halal dan harga jual mempengaruhi mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo untuk membeli produk emina ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Menguji pengaruh dari label halal terhadap keputusan pembelian produk Emina
- b. Menguji pengaruh harga jual terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Emina.
- c. Menguji pengaruh label halal dan harga jual terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Emina oleh mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

4. Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru tentang pengaruh label halal dan harga jual terhadap keputusan membeli produk kosmetik Emina.
- b. Bagi pembaca dapat menjadi salah satu sumber informasi untuk mengetahui tentang pengaruh label halal dan harga jual terhadap keputusan membeli produk kosmetik Emina.
- c. Bagi lembaga akademisi dan para peneliti dapat dijadikan rujukan dasar mengenai hal-hal yang mempengaruhi keputusan membeli produk kosmetik Emina.

1.4 Sistematika Penulisan

Dalam mempermudah pemahaman tentang skripsi ini, penulis akan memaparkan sistematika penulisannya yakni sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab I terdiri dari latar belakang masalah pada skripsi ini, perumusan masalah yang merupakan inti penelitian untuk pertimbangan menyusun judul dan hipotesis, tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan, serta sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab II menjelaskan tentang tinjauan pustaka yang terkait dengan landasan teori pada skripsi ini, yaitu : faktor ekonomi, dukungan keluarga, dan minat wanita dalam berkarir. Dalam bab II juga menjelaskan tentang hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah dalam penelitian ini.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab III terdiri dari jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran, serta teknis analisis data yang digunakan dalam skripsi ini.

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab IV membahas tentang hasil penelitian yang terdiri dari penyajian data yang diperoleh serta analisis dan interpretasi data untuk menyelesaikan masalah yang diteliti.

BAB V. PENUTUP

Bab V terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan butir-butir temuan dari hasil penelitian sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang disajikan secara singkat, padat dan jelas. Sedangkan saran adalah himbauan untuk pihak yang terkait maupun peneliti berikutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Label Halal

a. Pengertian Halal

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 terkait dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Atau diartikan sebagai segala sesuatu yang bebas dari bahaya *duniawi* dan *ukhrawi*.¹⁰ Halal adalah segala objek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan, dalam kosakata sehari-hari lebih sering digunakan untuk menunjukkan makanan dan minuman yang diizinkan dikonsumsi menurut Islam, menurut jenis makanan dan cara memperolehnya.

Haram adalah sesuatu yang dilarang oleh syariat untuk dilakukan, maka orang yang melanggarnya akan dikenai sanksi di dunia juga diakhirat atau Segala sesuatu yang dilarang oleh syariat untuk dikonsumsi dan apabila tetap dikonsumsi akan mendapatkan dosa kecuali dalam keadaan terpaksa, serta banyak sekali mudharatnya daripada hikmahnya. Haram adalah suatu perbuatan yang *Asy-Syari'* menuntut mukallaf harus meninggalkannya (melarang melakukannya), dan jika mukallaf menjauhi larangan itu Karena patuh kepada Allah, maka ia akan diberi pahala, sedangkan jika melanggar larangan itu, maka ia dinilai melakukan pendurhakaan kepada Allah, sehingga akan dikenai dosa dan ancaman siksa. Haram dapat dibagi berdasarkan tinjauan dari segi sumber dalil penetapan hukum haramnya dan dari segi zat/esensi perbuatan yang dilarang. Sebagai seorang muslim sudah menjadi kewajiban untuk mengkonsumsi yang halal sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an QS. Al. Baqarah [2] 168 :

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

*Artinya: “Hai sekalian semua ! makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, janganlah kamu mengikuti langkah – langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan adalah musuh yang nyata bagimu”.*¹¹

Makanlah halal, makanan yang tidak haram yaitu jika kita memakanya di bolehkan oleh agama dan tidak dilarang oleh agama. Makanan haram terbagi atas dua macam, haram

¹⁰ Yusuf shofie, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Medan : Kencana 2013) hlm. 110

¹¹ Kementerian Agama RI, Al-qur'an dan tafsir, jilid V. thn 2012, hlm. 351

karena zatnya contohnya babi, bangkai, dan darah, yang haram karena sesuatu bukan zatnya seperti makanan hasil mencuri atau tidak diizinkan oleh pemiliknya. Makanan halal yaitu bukan termasuk dalam dua macam ini.¹²

Dalam kasus semacam ini, jika seorang Muslim menjauhi keraguan dalam bertindak agar tidak melakukan yang haram, maka Islam menganggap sebagai suatu amalan sholeh. Sikap berhati-hati seperti itu mendorong Muslim untuk berfikir sebelum bertindak serta menambah pengetahuan akan permasalahan manusia.¹³

Sebagaimana sabda Nabi SAW:

الْحَلَالُ بَيِّنٌ وَالْحَرَامُ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُّشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى
الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ (رواه مسلم)

Artinya : “ Yang halal itu jelas yang haram juga jelas dan di antara keduanya terdapat hal – hal yang msyta – bihat (syuhbat, samar tidak jelas halal dan haramnya), banyak manusia tidak tahu hukumnya, barang siapa berhati – hati perkara syuhbat, sesungguhnya ia telah menyekamatkan agama dan harga dirinya...” (HR.Muslim)¹⁴

Dengan demikian beredasarkan Al-Qur’an dan hadis di atas kita umat muslim di perintahkan untuk berhati – hati dan menutup kemungkinan untuk kita terjerumus dalam perbuatan haram, meninggalkan perkara yang di perbolehkan merupakan pertanda ketakwaan manusia. Karena segala sesuatu yang jelas baik bagi tubuh, akal, dan jiwa maka hukumnya halal. Begitu Pula sebaliknya, segala sesuatu yang mendatangkan mudharat (bahaya) bagi kesehatan badan, akal, jiwa hukumnya adalah haram.

b. Label Halal

Setiap produk pangan yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai dengan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai spesifikasi produk. Informasi produk ini pada umumnya dicantumkan pada label produk. Label merupakan media komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumennya. Label memiliki beberapa fungsi seperti mengidentifikasi produk atau merek, menentukan kelas produk, menjelaskan tentang produk, dan mempromosikan produk. Menurut peraturan pemerintah RI No 69 tahun 1999 label produk pangan adalah setiap keterangan atau pernyataan mengenai produk pangan baik

¹² Shihab M. Quraishi.”*Tafsir Al Misbah pesan kesan dan keserasian Al – Quran Jilid 1.*(Jakarta : Lentera Hati 2001) hal 379

¹³ Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram* (Bandung: penerbit jabal, 2014) hlm.40

¹⁴ Fatwa MUI no 26 tahun 2013. Tentang : Standar Ke halal an Produk Kosmetik dan Penggunaanya

yang berbentuk gambar, tulisan ataupun kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada produk pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada, atau bagian dari pengemasan produk.¹⁵

Label halal sendiri merupakan tulisan atau pernyataan halal yang tercantum dalam kemasan produk yang akan menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus produk halal yang telah mendapat sertifikat halal, sertifikat halal tersebut dapat diperoleh setelah produk tersebut lolos seleksi dari instansi pemerintah yang berwenang.¹⁶



Gambar 1 - logo label halal

Dalam undang – undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) di dalamnya di tuliskan setidaknya ada 3 lembaga yang terlibat saat proses sertifikasi halal di indonesia, Yaitu¹⁷ :

1. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), lembaga ini bertugas untuk menetapkan aturan atau regulasi, menerima dan mengverifikasi pengajuan produk yang akan di sertifikasi halal, dan juga menerbitkan sertifikat sekaligus label halal .
2. Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), lembaga ini melakukan tugas pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk yang di ajukan untuk mendapat sertifikasi halal.
3. Majelis Ulama Indonesia (MUI), Pihak terakhir yang terlibat ini adalah MUI, lembaga ini berwenang untuk menetapkan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal. Dalam hal ini penetapan halal terkait dengan standar maupun kehalalan produk.

¹⁵Putri, Budi Rahayu, 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar : Fakultas Peternakan Universitas Udayana.Hal 101

¹⁶Premi Wahyu W. *Pengaruh Label Halal, Kesadaran halal, Iklan dan celebrity Endroser terhadap minat pembelian kosmetik melalui variable persepsi sebagai mediasi*.Jurnal ekonomi dan manajemen. Vol2No2. 2019 hal 78

¹⁷ [https:// www.kemenag.go.id/pres-rilis/bagaimana-sinergi-bpjph-lph-dan-mui-dalam-sertifikasi-halal-ini-penjelasan-kemenag-t5j3dq](https://www.kemenag.go.id/pres-rilis/bagaimana-sinergi-bpjph-lph-dan-mui-dalam-sertifikasi-halal-ini-penjelasan-kemenag-t5j3dq) pkl 20.17

Permohonan sertifikat halal di ajukan oleh pelaku usaha yang melalui BPJPH dan juga satgas daerah, persyaratan yang harus di penuhi oleh pemohon yaitu :

1. Surat Permohonan Sertifikat Halal, di tujukan kepada Kepala Badan Penyelenggara jaminan produk halal.
2. Formulir pendaftaran sertifikasi halal yang di unduh melalui website dengan melampirkan aspek legal perusahaan, dokumen penyelia halal dan salimam surat ijin edar.
3. Daftar nama produk dan bahan/menu/barang.
4. Proses pengelolaan produk
5. Sistem jaminan produk halal, yang berupa dokumen sistem manajemen yang di susun, di terapkan, dan di pelihara oleh pelaku usaha yang akan di tetapkan oleh BPJPH.
6. Surat Kuasa, untuk permohonan yang di lakukan oleh penanggung jawab perusahaan.
7. Salinan sertifikasi halal yang di terbitkan oleh MUI jika produk sudah di sertifikasi sebelumnya.

c. Kosmetik Halal

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kosmetik adalah bahan atau obat untuk mempercantik wajah, kulit, rambut dan lainya seperti bedak, pemerah bibir, krim dan lainya.

Dalam menggunakan kosmetik kita perlu memperhatikan kecocokan kosmetik dengan kulit kita, kesalahan pemilihan kosmetik akan menyebabkan efek negatif seperti perubahan warna kulit, alergi, iritasi kulit, jerawat, bintik – bintik hitam pada kulit, rasa pedih dan terbakar. Lebih dari itu dapat juga menyebabkan gangguan system syaraf dan juga kangker pada tubuh manusia.¹⁸

Ada delapan hal yang harus di perhatikan oleh seorang muslim saat menggunakan kosmetik, berdasarkan Fatwa MUI hal tersebut yaitu :

- 1) Menggunakan kosmetik untuk kepentingan berhias di perbolehkan asalkan memenuhi 3 syarat, yaitu bahan yang digunakan halal dan suci, di tunjukan untuk kepentingan yang di perbolehkan oleh syariat, dan juga tidak berbahaya jika di gunakan.

¹⁸ Umi Kulsum, *Bahaya Kosmetik Bagi Kesehatan*, (Malang:2015) hal 4

- 2) Penggunaan kosmetik dalam tubuh jika di dalamnya mengandung bahan yang najis atau haram tidak di perbolehkan.
- 3) Penggunaan kosmetika luar tubuh yang menggunakan bahan najis atau haram selain dari babi diperbolehkan dengan syarat di lakukan penyucian setelah menggunakan produk.
- 4) Menggunakan kosmetik hanya berfungsi tahsiniyyat, tidak ada keringanan untuk memanfaatkan kosmetik yang haram.
- 5) Penggunaan kosmetik yang berfungsi sebagai obat mengikuti ketentuan hukum tentang obat dan mengacu dengan fatwa terkait penggunaan obat – obatan.
- 6) Produk yang menggunakan bahan turunan hewan halal yang tidak di ketahui cara penyembelihannya di hukumkan makruh tahrir, sehingga sebaiknya di hindari.
- 7) Produk yang menggunakan bahan dari mikroba hasil rekayasa genetika yang mengandung gen babi atau gen manusia hukumnya haram.
- 8) Produk kosmetik yang terbuat dari bahan mikrobial yang tidak di ketahui media pertumbuhannya apakah dari babi atau tidak, harus di hindari sampai ada kejelasan kesucian dan kehalalannya.¹⁹

Pada World Food Council di Kuala Lumpur Auditorium, staff ahli LPPOM MUI mengungkapkan bahan – bahan yang termasuk titik kritis kehalalan dalam kosmetik, Yaitu²⁰:

1. Lemak dan turunanya seperti *gliserin, stearic, dan acid* yang biasa di gunakan untuk bahan baku lipstick, krim, sabun yang di peroleh dari hewan.
2. Kolagen dan Elastisan di gunakan untuk menjaga kelenturan kulit. Bahan ini biasa di gunakan sebagai bahan produk pelembab. Bahan ini berasal dari jaringan hewan.
3. Ekstrak *Placenta dan Amniom* atau cairan ketuban dari hewan, bahan ini biasa di gunakan untuk peremajaan kulit.

Pada umumnya hal yang perlu diperhatikan saat membahas tentang kritis kosmetik yaitu dari sisi bahan baku produk tersebut apakah mengandung bahan non halal atau tidak. Bahan – bahan yang berasal dari tumbuhan dan ikan di jamin kehalalannya. Sedangkan bahan yang berasal dari hewan yang buas memiliki gigi taring, kuku yang panjang dan juga babi

¹⁹ Fatwa MUI no 26 tahun 2013. Tentang : Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan Penggunaanya hal. 7

²⁰ Lili Sukmawati, Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Brand Switching,(Skripsi Progam Manajemen Institut Pertanian Bogor (IPB), Bogor, 2006) h.15

merupakan bahan yang non halal.²¹ Bangkai hewan dan hewan yang hidup di dua alam juga termasuk dalam bahan yang non halal.

2.1.2 Harga

a. Pengertian Harga

Harga merupakan nilai suatu barang dan jasa yang diukur menggunakan jumlah uang yang di keluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah produk atau pelayanannya.²² Harga adalah salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan dikarenakan harga menentukan seberapa keuntungan yang perusahaan dapatkan dari suatu produk yang di keluarkan.²³

Bagi perusahaan penentuan harga pada barang yang di produksi merupakan salah satu strategi untuk mengatasi beberapa hal seperti persaingan pasar, tinggi rendahnya peluang pertumbuhan ekonomi, harga juga dapat mempengaruhi persepsi pembeli dan posisi merk.

Suatu perusahaan akan menetapkan harga pada suatu produk yaitu disaat Perusahaan tersebut memiliki produk baru, pertama kali memperkenalkan produk regulernya dan pada saat perusahaan akan ikut pada acara lelang atas suatu kontrak kerja.²⁴ Kesalahan penetapan harga pada suatu produk akan berdampak pada penjualan produk tersebut, penetapan harga yang terlalu tinggi dan tidak sesuai akan mendapat penolakan dari konsumen dan konsumen akan beralih ke produk lain, di satu sisi jika perusahaan menetapkan harga yang terlalu rendah maka akan merugi dan mungkin kekurangan biaya produksi.

b. Strategi penetapan harga

Penetapan harga digunakan perusahaan untuk memberikan harga yang sesuai pada suatu produk yang di produksi. Secara garis besar metode penetapan harga suatu produk di bagii menjadi empat metode, Yaitu²⁵ :

1. Penentuan harga *Mark – up*, metode paling mendasar pada penetapan harga yaitu dengan menambahkan *mark up* atau harga tambahan untuk keuntungan perusahaan.

²¹ Purwanto Hery, Problematika Penetapan Hukum Pada Poin Kritis Bahan Olahan dan Laboraturium Produk Halal.(Syariati : Vol. IV No. 2) November 2018 . hal 200

²² <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/harga> pkl 11.45

²³ Ernawati, titi.(Skripsi) *Pengaruh Label halal dan tingkat harga terhadap keputusan menggunakan kosmetik.* 2015. Hal 27

²⁴ Tanama Putri, Budi rahayu. *Manajemen Pemasaran*, (Fakultas peternakan Universitas udayana :2017) hal 103

²⁵ Ibid hal 107

2. Penetapan harga standar berdasarkan sasaran pengembalian (*return target pricing*) metode penentuan harga ini menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi yang di inginkan.
3. Penetapan harga atas dasar nilai yang di presepsikan, kunci penetapan harga pada metode ini adalah melihat dari presepsi pembeli bukan dari biaya penjual, metode ini banyak menggunakan variable non harga dalam pemasaran untuk membuat nilai harga yang di presepsikan pembeli.
4. Penetapan harga nilai, Metode ini menetapkan harga yang rendah kepada penawaran yang bemutu tinggi. Penetapan harga nilai harus mewakili penawaran bernilai tinggi terhadap konsumen.
5. Penetapan harga sesuai dengan harga yang berlaku, Dalam metode ini produsen kurang memperhatikan biaya dan keuntungan pribadi melainkan memperhatikan harga pesaing.
6. Penetapan harga penawaran tertutup. Penetapan harga yang kompetitif biasanya di gunakan saat perusahaan melakukan penawaran tertutup pada suatu proye, bukan dari biaya yang kaku seperti biaya produksi dan permintaan perusahaan.

c. Instrumen Harga

Menurut Kotler (2009), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu sebagai berikut²⁶:

1. Keterjangkauan harga Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik. Namun konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan kualitasnya baik.
3. Daya saing harga Perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing di pasar.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari produk tersebut.

²⁶ Amalia,Suri. *Pengaruh citra merk harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merk xiaomi di kota langsa.* (Jurnal manajemen dan keuangan, vol.6, no.1, mei 2017) hal 663

2.1.3 Keputusan Pembelian

a. Tipe-Tipe Perilaku Membeli

Ada empat tipe perilaku membeli, yaitu : Perilaku pembelian yang kompleks Disini konsumen mengakui keterikatan yang tinggi dalam proses pembeliannya, harga produk tinggi, jarang dibeli, memiliki resiko yang tinggi. Perilaku konsumen melalui proses tiga langkah, yaitu: pertama, mengembangkan keyakinan tentang produk tersebut. Kedua, membangun sikap, dan ketiga melakukan pilihan. Perilaku pembelian yang mengurangi ketidakefisienan Disini konsumen mengalami keterlibatan tinggi akan tetapi melihat sedikit perbedaan, antara merek-merek. Konsumen mengunjungi beberapa tempat untuk mencari yang lebih cocok. Perilaku pembelian karena kebiasaan Disini konsumen rendah sekali dalam proses pembelian karena tidak ada perbedaan nyata antara berbagai merek dan harga barang relatif rendah.

b. Proses Keputusan Pembelian

Sebelum membeli suatu produk seorang konsumen biasanya terlebih dahulu melakukan proses pengambilan keputusan mengenai barang atau produk apa yang mereka perlukan, kapan, dimana dan untuk apa mereka membeli barang tersebut. Dalam pengambilan keputusan seorang konsumen mempunyai suatu tujuan yang ingin mereka capai atau puaskan, Proses pengambilan keputusan menurut Engel, BlackWell dan Minard dalam ada 6 tahap²⁷, Yaitu:

1. Pengenalan Kebutuhan

Ketidak sesuaian antara keadaan saat ini dengan keadaan yang di inginkan mengakibatkan aktifnya proses pengambilan keputusan.

2. Pencarian Informasi

Tahap selanjutnya yaitu proses pencarian ke dalam ingatan untuk menemukan solusi yang memungkinkan untuk di realisasikan. Apabila belum menemukan suatu solusi maka mulai mencari informasi dari luar diri konsumen yang relevan dan dapat menyelesaikan masalah, sumber tersebut dapat di peroleh dari :

- Opini atau pendapat orang lain
- Bebas atau dari sekelompok konsumen dan badan pemerintahan
- Pemasan atau dari karyawan dan iklan dari perusahaan

²⁷ Kusumawardani.DA, *Studi Mengenai Keputusan Pembelian jasa Wedding dan Event Organizer*. (Universitas Diponegoro : 2011) hal 7 - 8

3. Evaluasi Alternatif

Setelah pencarian informasi selanjutnya proses mengevaluasi kemungkinan atau alternatif – alternatif yang sebelumnya di dapatkan dan kemudian mengambil alternatif yang di perlukan.

4. Pembelian

Pada proses ini konsumen melakukan proses pembelian sesuai dengan alternatif yang telah di evaluasi sebelumnya.

5. Konsumsi.

Setelah membeli produk pada proses ini konsumen mengkonsumsi alternatif yang sebelumnya telah di pilih dan di beli.

6. Evaluasi Alternatif Setelah Pembelian

Selanjutnya setelah membeli dan mengkonsumsi alternatif yang di pilih, konsumen mengevaluasi kembali apakah alternatif yang tekah di pilih selanjutnya sudah sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai acuan dan pendukung untuk melakukan penelitian terbaru. Penelitian terdahulu haruslah penelitian yang salah satu atau lebih variabelnya terdapat kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan.²⁸ Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 2.1 berikut :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Variabel dan Metode Analisis Data | Hasil/Kesimpulan |
|----|----------------------|---|--|--|
| 1. | Titi Herawati (2015) | Pengaruh Label Halal dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik | Variabel : Label Halal (X_1), Tingkat Harga (X_2), Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik (Y) | Kedua variabel X (Label Halal dan Tingkat Harga) secara stimulan mempengaruhi mahasiswi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta dalam mengambil keputusan |

²⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019, h. 64.

| | | | | |
|----|-----------------------|---|---|--|
| | | | Metode analisis data : Regresi linier berganda | untuk membeli produk kosmetik. Dari 100% responden 75% memakai produk kosmetik halal, 15% tidak memakai kosmetik yang berlabel halal dan 10% tidak memakai kosmetik. Mereka memilih produk halal karena menjadi pilihan utama dalam ibadah dan juga berpenampilan. |
| 2. | Sovia Sadzalia (2015) | Pengaruh Label Halal dan Regiulitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Kota Malang | Variabel : Label Halal (X_1), Regiulitas (X_2), Keputusan Pembelian Produk (Y). Metode analisis data : <i>Analisis Regresi Linier Berganda</i> . | Secara stimulan Label Hala (X_1) dan Religiulitas (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variable terikat yaitu keputusan pembelian produk kosmetik di kota Malang. Secara parsial label halal (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmeti di kota malang. Serta variable religiulitas (X_2) juga berpengaruh terhadap variable terikat yaitu keputusan pembelian produk (Y) kosmetik di kota malang. |

| | | | | |
|----|----------------------------------|--|--|--|
| 3. | Devayanti M (2021) | Pengaruh Label Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Citra Cosmetic Sungguminasa | Variabel : Label Halal (X_1), Harga (X_2), Kualitas Produk (X_3), Keputusan Pembelian Kosmetik (Y). Metode analisis data : Analisis Regresi berganda. | Menunjukkan bahwa variable bebas dalam penelitian ini yaitu Label halal (X_1) Harga (X_2) Kualitas Produk (X_3) secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik (Y) wardah di citra cosmetic sungguminasa. Variabel bebas mempengaruhi secara signifikan terhadap variable terikat. Dan juga koefisiensi regresi terbesar di miliki oleh variabel harga sehingga variable harga di nilai paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik wardah. |
| 4. | Hadaina Yoga Fatariska (2020) | Pengaruh Kualitas dan harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina di Toko Akuniwashop Klaten | Variabel : Kualitas(X_1), Harga (X_2) Keputusan Pembelian (Y) Metode analisis data : Regresi linier sederhana. | Variabel terdiri dari kualitas dan harga produk berpengaruh secara signifikan pada variabel keputusan pembelian. variabel kualitas produk berpengaruh 0,242 satuan dan variabel harga produk berpengaruh 0,635 satuan. Uji t menyatakan harga berpengaruh secara parsial |

| | | | | |
|----|------------------------|--|--|---|
| | | | | terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. Sedangkan kualitas tidak berpengaruh secara parsial. |
| 5. | Ronaldo Klisman (2021) | Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau | Variabel : Label Halal (X_1), Kualitas Produk (X_2), Harga (X_3), Keputusan Pembelian (Y). Metode analisis data : Regresi Linier Berganda. | Label Halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik safi. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk, sedangkan harga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk safi. Hasil pengujian secara simultan atau bersama – sama menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu, label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik safi. |

Dari penelitian yang sudah di laksanakan di atas, terdapat persamaan dengan penelitian yang akan peneliti laksanakan yaitu penelitian terhadap Pengaruh Label Halal dan Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yang ada di

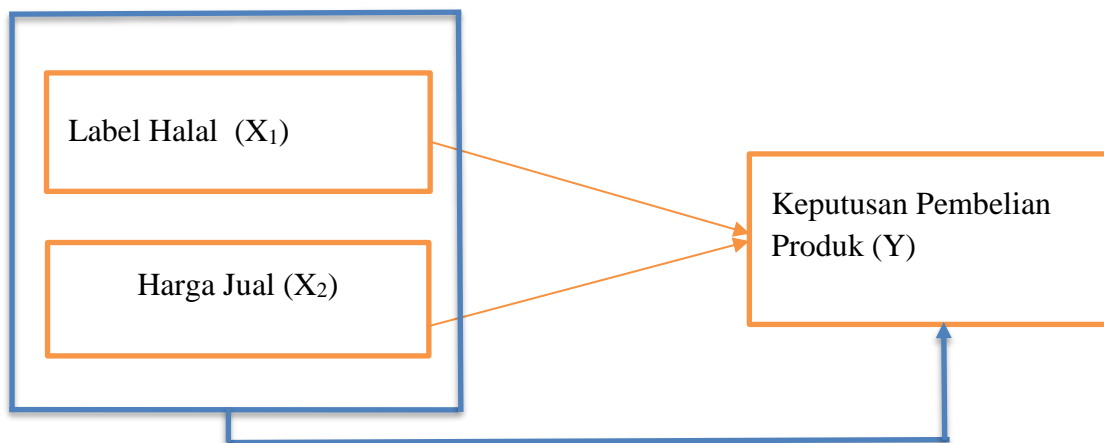
atas yaitu, pertama perbedaan objek penelitian yang di mana peneliti menggunakan produk kosmetik Emina sebagai objek penelitian, perbedaan yang ke yaitu semple yang merupakan Mahasiswi UIN Walisongo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Perbedaan yang ke tiga yaitu tahun dilaksanakan penelitian.

Berdasarkan penjelasan di atas dan kajian pustaka dengan memperhatikan dari beberapa sumber dapat di katakan bahwa judul skripsi yang peneliti laksanakan ini belum pernah di laksanakan oleh orang lain.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan sebelumnya, maka kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Gambar 2 - Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan awal yang bersifat sementara dari jawaban rumusan masalah penelitian. Hipotesis juga dapat didefinisikan sebagai pernyataan tentatif tentang hubungan antara dua variabel atau lebih.²⁹ Pada penelitian ini, hipotesis yang digunakan sebagai jawaban sementara adalah sebagai berikut :

1. H₀ : Tidak terdapat pengaruh positif antara label halal terhadap keputusan membeli produk kosmetik Emina.
H₁ : Terdapat pengaruh positif antara label halal terhadap keputusan membeli produk kosmetik Emina.

²⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi...*, h. 68.

2. H0 : Tidak terdapat pengaruh positif antara harga jual terhadap keputusan membeli produk kosmetik Emina.
H2 : Terdapat pengaruh positif antara harga jual terhadap keputusan membeli produk kosmetik Emina.
3. H0 : Tidak terdapat pengaruh bersama – sama antara label halal dan harga jual terhadap keputusan pembelian produk kosmetik emina.
H3 : Terdapat pengaruh bersama – sama antara label halal dan harga jual terhadap keputusan pembelian produk kosmetik emina.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam melaksanakan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang banyak menggunakan angka, di mulai dari proses penumpukan, analisis data hingga penyajian data menggunakan angka (Siyoto & Sodik, 2015).³⁰ Sumber data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data primer dalam penelitian di peroleh secara langsung dari sumbernya oleh orang yang meneliti dengan cara melakukan pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk angket, wawancara, observasi, kuisisioner dll.³¹ Penelitian kalini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner secara online oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang angkatan 2019-2022 yang menggunakan produk kosmetik Emina.
2. Data sekunder merupakan data yang di peroleh secara tidak langsung, data tersebut bisa berupa laporan, profil, buku pdoman atau pustaka.³² Penelitian ini menggunakan data primer berupa buku pustaka, jurnal dll.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan unsur yang terdapat dalam wilayah penelitian.³³ Populasi yang akan diteliti tidak harus selalu manusia, tetapi bisa juga *object* lain seperti hewan, tumbuhan, benda, dan masih banyak lagi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang angkatan 2019 - 2022.

³⁰ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitati.*, Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020 h. 238

³¹ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitati.*, Yogyakarta: Pustaka Ilmu,, h. 247

³² *Ibid*

³³ Azuar Juliandi, Irfan, Saprinan Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis (Konsep dan Aplikasi)*, , Medan: UMSU PRESS, 2014, h. 51

Tabel 3. 1Jumlah Mahasiswi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang pada Semester Gasal Tahun Akademik 2019-2021

| No | Program Studi | Angkatan | | | Total |
|--------------------|----------------------|----------|------|------|------------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | |
| 1 | S1 Ekonomi Islam | 102 | 63 | 105 | 270 |
| 2 | S1 Perbankan Syariah | 100 | 69 | 110 | 279 |
| 3 | S1 Akuntansi Syariah | 81 | 69 | 121 | 271 |
| 4 | S1 Manajemen | 42 | 53 | 72 | 167 |
| J U M L A H | | | | | 987 |

Sumber : Pihak Akademik FEBI UIN Walisongo Semarang

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi.³⁴ Sampel juga dapat disebut dengan perwakilan populasi. Sampel diperlukan jika mengalami kesulitan saat meneliti populasi yang begitu besar. Menurut Gay dan Diehl, penelitian dapat dikatakan korelasional jika memiliki minimal 30 responden sebagai sampelnya.³⁵ Dalam penelitian ini digunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.³⁶ Berikut kriteria sampel yang digunakan pada penelitian ini :

- a. Mahasiswi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang.
- b. Berjenis kelamin perempuan.
- c. Angkatan 2019-2021.
- d. Memakai Produk Kosmetik Emina

Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cluster sampling*. Tujuan penggunaan *cluster sampling* yaitu untuk menentukan sampel yang sumber data atau objek penelitiannya sangat luas. Pada teknik cluster sampling ini terdapat dua tahap yang perlu dilakukan. Tahap pertama yakni menentukan sampel daerah dan tahap selanjutnya menentukan para responden yang ada pada daerah itu secara *sampling* juga.³⁷

³⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi...*, h. 81

³⁵ L.R.Gay dan P.L.Diehl, *Research Methods For Bussiness and Management*, New York: Mac Milan Publishing Company, 1992, h. 146

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 126

³⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi...*, h. 86-87

Dalam penentuan sampel daerah, pada penelitian ini akan diambil 4 program studi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu Ekonomi Islam, Akuntansi Syariah, Manajemen, dan Perbankan. Untuk menentukan ukuran sampel keseluruhan, maka digunakanlah metode slovin.³⁸

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Diketahui :

n = ukuran sampel

N = populasi

e = perkiraan tindakan kesalahan (*margin of error*)

Penelitian ini menggunakan *margin of error* sebesar 10%. Maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{987}{1 + (987 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{987}{10,87}$$

$$n = 90,800 \dots$$

$$n = 95 \text{ (dibulatkan)}$$

Kemudian dalam penentuan para responden, maka responden haruslah sesuai kriteria yang telah dijelaskan sebelumnya. Para responden tersebut dialokasikan menjadi satuan-satuan *sampling* ke dalam *cluster* dengan menggunakan *proportional allocation*.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua metode, yaitu kuesioner dan studi dokumentasi :

1. Kuesioner atau yang dikenal juga dengan istilah angket merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan kepada responden.³⁹ Maka jawaban dari responden akan menjadi data yang nantinya diolah atau dianalisa. Pada penelitian ini

³⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi...*, h. 82

³⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi...*, h. 98

akan dilakukan penyebaran kuesioner secara *online*. Kuesioner yang disediakan akan menggunakan *google forms*. Responden cukup membuka tautan yang diberikan peneliti. Kemudian responden langsung dapat menjawab seperangkat pertanyaan yang ditampilkan dengan cara mengklik salah satu jawaban.

2. Studi dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara melihat atau menilai data-data historis (masa lalu).⁴⁰ Sumber data dapat berasal dari dokumen, buku, jurnal, atau hasil penelitian terdahulu. Metode ini bertujuan untuk mencari fakta dan mengetahui konsep yang akan digunakan. Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data dari beberapa jurnal dan pihak akademik untuk data jumlah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2019 - 2021.

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Menurut Sugiyono (1999), variabel adalah sesuatu hal yang bisa berbentuk apa saja dan hal tersebut ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari sehingga mendapatkan informasi tentang hal tersebut dan kemudian diambil kesimpulannya. Hatch dan Fardhany (1987) menyatakan bahwa secara teori variabel merupakan sebuah atribut seseorang atau sebuah objek yang memiliki variasi satu dengan yang lainnya.⁴¹ Berikut jenis-jenis variabel, yaitu :

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat adanya variabel independen.⁴² Variabel dependen dikenal juga dengan sebutan variabel respon. Variabel dependen dilambangkan dengan huruf Y. Pada penelitian ini yang merupakan variabel dependen yakni minat wanita dalam berkarir.

2. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan dari variabel dependen.⁴³ Variabel independen disebut juga variabel bebas dan dilambangkan dengan huruf X. Variabel independen dalam penelitian ini adalah faktor ekonomi (X_1) dan dukungan keluarga (X_2).

⁴⁰ Azuar Juliandi, Irfan, Saprinal Manurung, *Metodologi...*, h. 68

⁴¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi...*, h. 75.

⁴² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi...*, h. 75.

⁴³ *Ibid*

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variable

| No | Variabel | Definisi | Indikator | Pengukuran |
|----|--|--|--|--|
| 1. | Keputusan Membeli Produk (Y) Ronaldo Klisman (2021) | Tahap dalam pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen benar – benar membeli (Kotler & Amstorng, 2003) ⁴⁴ | <ul style="list-style-type: none"> - Kebutuhan untuk membeli kosmetik - Keinginan membeli kosmetik - Mencari Info kosmetik melalui iklan - Mendapat rekomendasi dari teman, tetangga dll - Evaluasi harga - Evaluasi Kualitas - Keputusan membeli produk - Kepuasan setelah membeli produk | Diukur melalui kuesioner dengan skala likert |
| 2. | Label Halal (X ₁) Linda Kurniati (2018) | Label Halal adalah label yang mengandung keterangan halal dengan standar kehalalan menurut agama islam dan berdasarkan peraturan pemerintah indonesia. | <ul style="list-style-type: none"> - Gambar - Tulisan - Kombinasi gambar dan tulisan - Menempel pada kemasan | Diukur melalui kuesioner dengan skala likert |
| 3. | Harga Jual (X ₂) Deviyanti, 2021 | Harga jual suatu produk akan sangat ditentukan oleh harga pokok untuk memproduksi produk tersebut. Semakin tinggi harga jualnya | <ul style="list-style-type: none"> - Harga relatif terjangkau - Harga mampu besaing produk lain - Harga sesuai dengan | Diukur melalui kuesioner dengan skala likert |

⁴⁴ Ronaldo Klisman. *Pengaruh label halal, kualitas produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk safi.2021 hal 44*

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | biasanya harga pokok juga semakin tinggi. (Amstrong & Ketler 2012) ⁴⁵ | kualitas produk - Harga sesuai dengan manfaat produk. | |
|--|--|--|--|--|

3.5 Teknis Analisis Data

3.5.1 Skala Pengukuran

Dalam prenelitian ini pengukuran variable menggunakan Skala Likert. Skala Likert biasanya berisi pertanyaan sistematis yang bertujuan untuk menentukan sikap responden terhadap suatu pernyataan⁴⁶. Di bawah ini merupakan kriteria yang di gunakan skala rikert, yaitu :

Tabel 3. 3 Tabel Skore Skala Likert

| Skor | Jawaban |
|------|---------------------|
| 1 | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | Tidak Setuju |
| 3 | Ragu – ragu |
| 4 | Setuju |
| 5 | Sangat Setuju |

3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Uji validitas merupakan uji instrumen data untuk mengetahui ketepatan suatu item dalam mengukur hal yang ingin diukur. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya data kuesioner yang digunakan. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan *software* SPSS versi 2.2 dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 serta uji 1 sisi. Jika r hitung lebih besar daripada r tabel, maka item dinyatakan valid. Tapi jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka item dinyatakan tidak valid.⁴⁷

Uji reliabilitas digunakan untuk item pada kuesioner yang dinyatakan valid. Suatu kuesioner disebut reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah

⁴⁵ Deviyanti M.(Skripsi) *Pengaruh Label Halal Harga dan Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian Brand Kosmetik Wardah di Citra Cosmetic Sungguminasa.makasar 2021 hal 60*

⁴⁶ Ruslan Rosady. *Metode penelitian Public Relation dan Komunikasi*.Jakarta:Pt RajaGrafindo.2017.hal186-187

⁴⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi...*, h. 158

konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Variabel dinyatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$.⁴⁸

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji variabel bebas (X) dan variabel tidak bebas (Y) dalam suatu model regresi, apakah keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji ini menggunakan pendekatan *Komolgorof Smirnov Test* yang dimana data dikatakan berdistribusi normal apabila signifikan $> 0,05$, jika signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.⁴⁹

2) Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan linier yang sempurna diantara beberapa variabel bebas dalam suatu model. Selain itu, uji ini dilakukan untuk menemukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas pada model regresi berganda. Variabel dinyatakan memiliki masalah multikolinieritas apabila nilai Tolerance lebih kecil dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) yang dimiliki lebih besar dari angka 10.⁵⁰

3) Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut homoskedastisitas.⁵¹ Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai Sig $> 0,05$ dengan maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat 0,05 dengan uji 2 sisi. Cara ini lebih dikenal dengan nama uji spearman's rho.

⁴⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi...*, h. 158

⁴⁹ Hengki Latan dan Silva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi menggunakan Proga, IBM spss 20,0* (Bandung : Alfabeta, 2013) hlm 56.

⁵⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi...*, h. 158-159

⁵¹ *Ibid*

3.5.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh label halal dan harga jual terhadap keputusan membeli produk kosmetik Emina pada penelitian ini. Selain itu, analisis regresi bertujuan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan. Berikut persamaan regresi berganda yang digunakan⁵² :

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

Keterangan :

Y = Keputusan Membeli

X1 = Label Halal

X2 = Harga Jual

b1 = koefisien Label Halal

b2 = koefisien Harga Jual

a = konstanta

e = standar eror

Untuk menguji ketepatan fungsi regresi sampel, maka dapat diukur dari nilai statistik t, nilai statistik F, dan nilai koefisien determinasi.

3.5.5 Uji Hipotesis

1) Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan guna mengetahui persentase perubahan variabel dependen (Y) yang dipengaruhi oleh variabel independen (X). Jika R^2 semakin besar maka persentase variabel Y yang dipengaruhi variabel X semakin tinggi. Begitu juga sebaliknya, jika R^2 semakin kecil maka persentase variabel Y yang dipengaruhi variabel X semakin rendah.⁵³

⁵² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi...*, h. 160

⁵³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi...*, h. 164

2) Uji T

Uji t merupakan uji koefisien regresi parsial individual yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dependen (Y) secara individual dipengaruhi oleh variabel independen (X).⁵⁴

1) Merumuskan hipotesis

Apabila hipotesis diterima berarti terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y secara parsial.

2) Menentukan tingkat signifikansi α adalah 0,05

a) Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka H_0 diterima

b) Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak

3) Membandingkan t hitung dengan t tabel

a) Jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima

b) Jika $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak.

3) Uji F

Uji F adalah menguji signifikansi persamaan agar dapat diketahui seberapa besar pengaruh variabel dependen (X) secara bersama-sama terhadap variabel independen (Y).⁵⁵

Ketetapan α , hasil uji F yaitu :

1) Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka H_0 diterima.

Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak.

2) Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka H_0 diterima.

Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak.

⁵⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi...*, h. 161

⁵⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi...*, h. 162

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN


4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1. Emina

Emina merupakan salah satu produk kosmetik yang di keluarkan oleh PT. Paragon Technology and Innovation, produk emina di luncurkan pertama kali pada tahun 2015. Tag line yang di usung oleh brand ini adalah “*Because You Born To Be Loved*”. Sejauh ini produk emina banyak di gunakan oleh kalangan remaja maupun dewasa, dari pelajar hingga mahasiswa.⁵⁶

Saat ini Emina telah memiliki banyak produk kosmetik, yaitu mulai dari *lipstik, maskara, fondation, eyeliner, blushon* dan lainnya. Selain kosmetik, Emina juga mempunyai produk skincare dan bodycare. Harga produk Emina berkisar Rp. 30.000 hingga Rp. 100.000 an dengan begitu harga tersebut sesuai dengan kantong pelajar dan mahasiswa.⁵⁷ Berikut beberapa contoh produk kosmetik yang di keluarkan oleh emina ⁵⁸:

Tabel 4. 1 Tabel Contoh Produk Kosmetik Emina



| No | Nama Produk | Kegunaan | Harga |
|----|--|---|----------------------|
| 1 |  Emina Sun Battle SPF 30 PA +++ | Produk ini di berfungsi untuk melindungi kulit wajah dari paparan sinar matahari. Dengan kandungan SPF 30 PA+++ produk ini dapat melindungi kulit wajah dari sinar UVA dan UVB. | Rp. 29.000 (60ml) |
| 2 | Emina Bright Stuff Moisturizing Cream. | Produk ini mengandung ekstrak <i>summer plum, Moisturizing</i> dan vitamin E yang berguna untuk melembabkan dan mencerahkan wajah. | Rp. 23.500 (20ml) |

⁵⁶ <https://www.tribunnewswiki.com/2020/02/07/emina> pkl 11.00

⁵⁷ <https://www.eminacosmetics.com/id/all/make-up> pkl 11.04

⁵⁸ <https://www.google.com/amp/s/shopee.co.id/inspirasi-shopee/5-produk-emina-yang-harus-kamu-punya/amp/> pkl. 11:58

| | | | |
|---|---|--|-----------------------|
| |  | Produk ini juga memiliki kandungan SPF 15 yang dapat melindungi kulit dari sinar matahari | |
| 3 | Emina Bright Stuff Face Serum.  | Manfaat dari produk ini yaitu untuk mencerahkan kulit, menyamarkan noda hitam, membuat kulit tampak lebih bercahaya, hingga membantu melindungi <i>Skin Barrier</i> menjadikan kulit tampak lebih sehat. | Rp. 49.000 (30ml) |
| 4 | Emina Glossy Stain  | Produk pewarna bibir ini berupa <i>liptint</i> yang memiliki hasil <i>glossy</i> tanpa membuat bibir terasa berminyak. Kandungan <i>avocado oil</i> dan <i>apricot oil</i> pada produk berfungsi untuk menjaga kelembapan bibir dan menjadikanya tampak sehat. | Rp. 47.500 (3gr) |
| 5 | Emina Bright Stuff Face Toner.  | Produk ini di per kaya oleh Vitamin B3 yang bisa mencerahkan, melembabkan dan menyegarkan kulit wajah. Produk ini juga bisa meratakan warna kulit dan memudahkan noda hitam. | Rp. 27.500 (100ml) |

| | | | |
|---|---|--|---------------------------------|
| 6 | <p>Emina Creamy Tint.</p>  | <p>Produk bibir ini memiliki texture yang halus, tidak lengket, dan mudah di aplikasikan. Kandungan <i>avocado</i>, <i>macademia</i> dan <i>jojoba oil</i> mampu menutrisi dan melembabkan bibir.</p> | <p>Rp. 44.000 (3,6 gr)</p> |
| 7 | <p>Emina Bright Stuff Faical Wash.</p>  | <p>Kombinasi ekstrak <i>summer plump</i> dan vitamin B3 dalam produk ini mampu membersihkan kotoran dan membuat kulit terlihat lebih cerah. Selain itu produk ini juga dapat memudahkan kulit kusam dalam 14 hari dan membuat kulit terasa kenyal.</p> | <p>Rp. 27.000 (100ml)</p> |
| 8 | <p>Emina Creamatte.</p>  | <p>Produk ini memiliki hasil <i>matte</i> di bibir dan juga warna yang intens akan membuat bibir terlihat cantik. Produk ini di per kaya dengan vitamin E yang dapat menjaga kelembapan pada bibir.</p> | <p>Rp. 47.500 (5,5gr)</p> |
| 9 | <p>Emina Sugar Rush Lip Scrub.</p>  | <p>Produk ini di gunakan untuk mengangkat sel kulit mati pada bibir agar bibir tampak lebih cerah dan halus. Kandunga <i>apricot seed</i>, <i>olive oit</i>, <i>sea</i></p> | <p>Rp. 38.000 (4,2 gr)</p> |

| | | | |
|----|--|---|----------------------|
| | | <i>butter</i> , dan <i>jojoba oil</i> akan melembabkan dan melembutkan bibir. | |
| 10 | Emina Masquerade Face Mask.  | Produk ini memiliki banyak varian contohnya Emina Masquerade face mask charcoal berfungsi untuk mengurangi sebum berlebih dan membuat wajah tampak lebih halus. Selain charcoal ada varian lain dari masker emina yaitu, rice, pomegrante dll | Rp. 14.500 (23gr) |

4.1.2 Profil Responden

Dalam penelitian menggunakan responden yang merupakan Mahasiswi UIN Walisongo Semarang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2019 – 2021. Penelitian ini menggunakan kuisisioner untuk memperoleh data setiap variable. Kuisisioner tersebut di sebarakan melalui Whatsapp dan chat Instagram. Sample yang di gunakan adalah 95 orang. Di bawah penjelasan perihal responden :

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.

Dibawah ini merupakan jawaban responden berdasarkan jurusan, dapat di lihat melalui tabel :

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jurusan

| Responden Berdasarkan Jurusan | | | |
|-------------------------------|-------------------|--------|------------|
| No | Jurusan | Jumlah | Presentase |
| 1 | Ekonomi Islam | 34 | 36% |
| 2 | Perbankan Syariah | 12 | 13% |
| 3 | Akutansi Syariah | 29 | 30% |
| 4 | Menejemen | 20 | 21% |
| Total | | 95 | 100% |

Sumber, data olahan 2023

Menurut data di atas menunjukkan bahwa responden terbanyak berasal dari jurusan Ekonomi Islam sebanyak 36%, sedangkan responden paling sedikit adalah jurusan manajemen yang memperoleh sebanyak 21% dengan hal tersebut dapat disimpulkan responden terbanyak dan menggunakan produk emina berasal dari Jurusan Ekonomi.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Dibawah ini merupakan tanggapan responden tentang Angkatan Mahasiswa, dapat dilihat melalui tabel berikut

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Angkatan

| Responden Berdasarkan Angkatan | | | |
|---------------------------------------|-----------------|---------------|-------------------|
| No | Angkatan | Jumlah | Presentase |
| 1 | 2019 | 25 | 26% |
| 2 | 2020 | 30 | 32% |
| 3 | 2021 | 40 | 42% |
| Total | | 95 | 100% |

Sumber : data olahan 2023

Melihat dari data di atas dapat dikatakan responden terbanyak berasal dari mahasiswa angkatan 2021 dengan jumlah persentase sebanyak 42%, sedangkan responden paling sedikit berasal dari mahasiswa angkatan 2019 dengan persentase sebanyak 26%. Dengan begitu dapat disimpulkan responden terbanyak yang menggunakan emina berasal dari angkatan 2021.

4.2 Hasil Penelitian.

4.2.1 Uji Validitas & Reliabilitas.

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mencari tahu valid atau tidaknya butir soal dalam kuisioner yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan signifikan 0,05 dan uji 1 sisi. R table yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, r table = 0, 1680. Hasil ringkasan Uji Validitas dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4. 4 Uji Validitas

| HASIL UJI VALIDITAS | | | | |
|--------------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------|-------------------|
| Variabel | Item Pertanyaan | Person Corelation | r table | Keterangan |
| LABEL HALAL | X1.1 | 0,608 | 0,1680 | VALID |
| | X1.2 | 0,482 | 0,1680 | VALID |
| | X1.3 | 0,607 | 0,1680 | VALID |
| | X1.4 | 0,717 | 0,1680 | VALID |
| | X1.5 | 0,763 | 0,1680 | VALID |
| HARGA JUAL | X2.1 | 0,700 | 0,1680 | VALID |
| | X2.2 | 0,752 | 0,1680 | VALID |
| | X2.3 | 0,805 | 0,1680 | VALID |
| | X2.4 | 0,830 | 0,1680 | VALID |
| | X2.5 | 0,774 | 0,1680 | VALID |
| KEPUTUSAN PEMBELIAN | Y.1 | 0,834 | 0,1680 | VALID |
| | Y.2 | 0,846 | 0,1680 | VALID |
| | Y.3 | 0,749 | 0,1680 | VALID |
| | Y.4 | 0,827 | 0,1680 | VALID |
| | Y.5 | 0,773 | 0,1680 | VALID |
| | Y.6 | 0,600 | 0,1680 | VALID |

Sumber : data olahan 2023

Di lihat dari data yang tersaji di atas, jika $r - \text{hitung} > r - \text{table}$ di nilai valid dan $r - \text{hitung} < r - \text{table} = \text{tidak valid}$. Dengan hasil dalam tabel yang menunjukkan bahwa dalam tabel hasil tersebut $r - \text{hitung} > r - \text{table}$, yaitu 0,1680 sama dengan **valid**. Oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa semua item pernyataan di nilai dapat mengukur setiap variable.

2) Uji Reliabilitas

Uji ini di gunakan pada kuisioner yang sudah valid, uji ini untuk mengetahui apakah kuisioner reliable atau tidak. Dapat di katakan reliable jika jawaban responden terhadap pernyataan konsisten atau stabil. Untu melihat reliabilitas pada penelitian ini maka bisa di lihat dalam tabel di bawah :

Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas

| UJI RELIABILITAS | | | |
|-------------------------|---|-----------------------------|------------|
| Variabel | Cronbach Alpha Coefficient (α) | Cronbach Alpha (α) | Keterangan |
| Label Halal (X1) | 0,618 | 0,60 | Reliable |
| Harga Jual (X2) | 0,830 | 0,60 | Reliable |
| Keputusan Pembelian (Y) | 0,862 | 0,60 | Reliable |

Sumber : data olahan 2023

Dalam uji ini dapat di katakan reliable jika nilai koofisien $> 0,060$. Jika di lihat pada tabel di atas nilai *coefficient* setiap variable lebih dari 0,60 maka bisa di simpulkan bahwa instrumen yang di gunakan dalam penelitian ini **Reliable**, dapat di artikan bahwa jawaban responden dalam setiap variable dalam penelitian ini konsisten.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji ini di gunakan untuk mengetahui apakah variable bebas (X) dan tidak bebas (Y) berdistribusi normal atau tidak normal. Dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel di bawah :

Tabel 4. 6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 95 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 3.53889229 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .084 |
| | Positive | .083 |
| | Negative | -.084 |
| Test Statistic | | .084 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .091 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Dari tabel di atas dapat di lihat di bagian Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu sebesar 0,91 yang di ketahui memiliki nilai lebih besar dari 0,060, maka dari itu dapat di simpulkan bahwa persebaran data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji ada dan tidak adanya hubungan linier yang sempurna antara beberapa variabel bebas dalam suatu model. Uji ini dilaksanakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas pada model regresi berganda. Untuk mengetahui ada tidaknya hal tersebut dapat di lihat dalam tabel di bawah ini :

Tabel 4. 7 Uji Multikolinieritas

| Coefficients ^a | | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | -1.279 | 3.427 | | -.373 | .710 | | |
| Label Halal | .317 | .158 | .137 | 2.007 | .048 | .974 | 1.027 |
| Harga Jual | .920 | .086 | .728 | 10.650 | .000 | .974 | 1.027 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Jika ketentuan pengujian dalam uji ini di katakan tidak terjadi multikolinieritas apabila tolerance lebih kecil dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) yang dimiliki lebih besar dari angka 10. Maka di lihat dari tabel di atas yang menunjukkan Variabel label halal memiliki tolerance 0,974 yang berarti lebih kecil dari 0,10 dan VIF 1,027 yang berarti lebih besar dari 0,10 maka dapat di katakan bahwa label halal tidak terjadi multikolinieritas. Selanjutnya untuk variabel harga jual memiliki tolerance 0,974 lebih kecil dari 0,10 dan VIF 1,027 lebih besar dari 0,10 yang berarti tidak terjadi multikolinieritas. Maka dapat di tarik kesimpulan bahwa tidak ada multikolinieritas yang terjadi.

3) Uji Heteroskedstitas.

Uji ini di lakukan untuk mengetahui terjasinya varian nilai residual dari suatu pengamatab dengan pengamatan yang lain. Jika terjadi heteroskedstitas akan berdampak apada keraguan atau ketidak akuratan hasil analisis regresi. Dikatakan tidak terjadi heteroskedesitas apabila nilai signivikan 2 Tailed $> 0,05$. Di bawah ini merupakan hasil uji Spearman's rho yang di peroleh :

Tabel 4. 8 Uji Heteroskedasitas

| Correlations | | | TOTAL_ | TOTAL_ | Unstandar |
|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------|--------|-----------|
| | | | X1 | X2 | dized |
| | | | | | Residual |
| Spearman's rho | TOTAL_X1 | Correlation Coefficient | 1.000 | .119 | -.013 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .251 | .904 |
| | | N | 95 | 95 | 95 |
| | TOTAL_X2 | Correlation Coefficient | .119 | 1.000 | .068 |
| | | Sig. (2-tailed) | .251 | . | .514 |
| | | N | 95 | 95 | 95 |
| Unstandardized Residual | Correlation Coefficient | -.013 | .068 | 1.000 | |
| | Sig. (2-tailed) | .904 | .514 | . | |
| | N | 95 | 95 | 95 | |

Sumber : data Olahan 2023

Berdasarkan tabel data olahan di atas dapat di lihat bahwa variabel label halal (X1) memiliki signifikansi $0,904 > 0,05$ dan harga jual (X2) memiliki nilai signifikansi $0,514 > 0,050$. Di karenakan signifikansi lebih dari $0,050$ maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedasitas.

4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan antara variable X (independent) dan variable Y (dependent). Dalam penelitian ini di gunakan untuk mengetahui pengaruh variable X, yaitu label halal dan harga jual terhadap variable Y, keputusan membeli. Dapat di lihat dalam tabel di bawah :

Tabel 4. 9 Analisis Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | | | |
|---------------------------|-------------|-----------------------------|------------|---------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardize d | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | -1.279 | 3.427 | | -.373 | .710 | | |
| | Label Halal | .317 | .158 | .137 | 2.007 | .048 | .974 | 1.027 |
| | Harga Jual | .920 | .086 | .728 | 10.650 | .000 | .974 | 1.027 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data olahan 2023

Berdasarkan dari data yang telah diolah dan menghasilkan data di atas, maka hasil regresi linier berganda dengan persamaan adalah berikut :

$$Y = -1,279 + 0,317 X_1 + 0,920X_2 + e$$

Dengan persamaan regresi linier di atas maka dapat di interpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -1,279 di artikan apabila X, Label halal dan harga jual bernilai tetap, maka Y, Keputusan pembelian bernilai -1,279.
2. Koefisien regresi pada label halal bernilai 0,317 di artikan bahwa ketika nilai Label halal (X) mengalami peningkatan sebesar 1 dengan asumsi variable lain bernilai tetap maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebanyak 0,317. Hal ini menunjukkan label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
3. Koefisien regresi pada label halal bernilai 0,920 di artikan bahwa ketika nilai Label halal (X) mengalami peningkatan sebesar 1 dengan asumsi variable lain bernilai tetap maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebanyak 0,920. Hal ini menunjukkan label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

4.2.4 Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji ini di gunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara individual terhadap variable dependen (Y). t table yang di gunakan dalam uji ini adalah :

$$\begin{aligned} Df &= n - k \\ &= 95 - 3 = 92 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan tingkat signifikan 5%, 0,05, maka di ketahui nilai t table sebesar 1,662. Berikut hasil Uji t dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 10 Uji t (Parsial)

| Coefficients ^a | | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|----------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardize d Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | -1.279 | 3.427 | | -.373 | .710 | | |
| Label Halal | .317 | .158 | .137 | 2.007 | .048 | .974 | 1.027 |
| Harga Jual | .920 | .086 | .728 | 10.650 | .000 | .974 | 1.027 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data olahan 2023

Melihat dari tabel di atas maka dapat di simpulka bahwa :

1. Uji t variable label halal

Besar t – hitung pada label halal sebesar 2,007 > t table 1,662 dan signifikan 0,048 < 0,05 berarti variable label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Uji t variable harga jual

Besar t – hitung pada label halal sebesar 10,650 > t table 1,662 dan signifikan 0,000 < 0,05 berarti variable harga jual berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2) Uji f (signifikan stimulan)

Uji ini di gunakan untuk mencaritahu apakah variable label halal dan harga jual berpengaruh secara stimulam terhadap keputusan pembelian. Hasil uji tersebut dapat di lihat dalam tabel berikut :

Tabel 4. 11 Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1634.072 | 2 | 817.036 | 63.851 | .000 ^b |
| | Residual | 1177.233 | 92 | 12.796 | | |
| | Total | 2811.305 | 94 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga Jual, Label Halal

Sumber : data olahan 2023

Sebelum menarik kesimpulan pada uji f, terlebih dahulu mencari f table dengan rumus perhitungan f table, $df1 (k-1) = 3 - 1 = 2$ dan $df2 (.n - k) = 95 - 3 = 92$, menghasilkan f table sebesar 3,10

Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang tersaji dalam tabel di atas, dapat di lihat bahwa f hitung, $63,851 > 3,10$ f table dengan probabilitas $0.000 < 0,050$. Maka dapat di tarik kesimpulan bahwa label halal dan harga jual berpengaruh secara stimulan terhadap keputusan pembelian.

3) Koefisiensi Diterminasi (Uji R²)

Pada dasarnya uji ini di gunakan untuk mengukur seberapa jauh variable – variable independen dapan menjelaskan variable dependen. Dalam penelitian ini di gunakan untuk mengukur kemampuan variable label halal dan harga jual (X) dapat menjelaskan variable (Y). Hasil Uji R² dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 12 Koefisien Diterminasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .762 ^a | .581 | .572 | 3.577 |

a. Predictors: (Constant), Harga Jual, Label Halal

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data olahan 2023

Dilihat dari data di atas, di ketahui *Adjust R Square* pada tabel sebesar 0.572, hal ini menjelaskan bahwa label halal dan harga jual mempengaruhi keputusan pembeli produk sebanyak 57,2%, Sisanya 42,8 % di pengaruhi oleh variable lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini melibatkan 95 orang responden yang berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2019 – 2021 dengan menyebarkan kuisioner untuk pengumpulan data. Penelitian tentang “ Pengaruh Label Hala dan Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi kasus mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo) memperoleh hasil sebagai berikut :

1) Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan label halal terhadap keputusan pembelian pada produk emina, dapat di buktikan dengan adanya nilai hitung sebesar 2,007 lebih besar dari t table 1,662 dan signifikan 0,048 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 di terima, yang artinya label halal (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Ronaldo klisman (2021) yang dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Label halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi” (Studi kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau) dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa label halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa adanya label halal di kemasan produk meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen. Begitu pula dengan Sovia sadzalia (2015) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Label Halal dan Regiulitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Kota Malang menunjukkan adanya pengaruh label halal secara parsial terhadap keputusan pembelian.

2) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan harga jual terhadap keputusan pembelian pada produk emina, dapat di buktikan dengan adanya nilai hitung sebesar 10,650 lebih besar dari t table 1,662 dan signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 di terima, yang artinya Harga jual (X₂) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadiani Yoga (2020) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas dan harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina di Toko Akuniwashop Klaten. Menyatakan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

3) Pengaruh Label Halal dan Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian.

Dalam penelitian ini hasil pengolahan data menunjukkan bahwa f hitung, 63,851 > 3,10 f table dengan probabilitas 0.000 < 0,050. Maka dapat di tarik kesimpulan bahwa label halal dan harga jual berpengaruh secara stimulan terhadap keputusan pembelian.

Hasil Penelitian Ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Khumairotul Khuwaroh, Agus Widarko, M. Khoirul Anwarudin. BS (2019) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Pengaruh Label Halal, Keamanan Bahan, Promosi dan Harga Pada Produk Kosmetik Sariayu Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2015 – 2018 Universitas Islam Malang). Dalam penelitian tersebut di sebutkan bahwa label halal, harga dan beberapa variable lain berpengaruh secara stimulan terhadap keputusan pembelian produk oleh konsumen.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisa adanya pengaruh label halal dan harga jual terhadap keputusan pembelian produk kosmetik emina. Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Melihat dari hasil uji t (parsial) variabel label halal mempunyai t hitung $2,007 > t$ hitung $1,662$ dan signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$. Hal ini berarti variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk emina pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang tahun 2019 - 2021
2. Melihat dari hasil uji t (parsial) variabel harga jual memiliki t hitung $2,685 > t$ hitung $1,662$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel harga jual juga berpengaruh positif dan keputusan pembelian produk emina pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang tahun 2019 - 2021
3. Variabel label halal dan harga jual bersama - sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji f yaitu nilai f hitung $63,851 > 3,10$ f tabel dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Dilihat dari uji R^2 menunjukkan koefisien determinasi *R square* adalah sebesar $0,572$ atau $57,2\%$, yang berarti label halal dan harga jual secara bersama - sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik emina sebesar $57,2\%$. Sisanya sebesar $0,28$ atau $(42,8\%)$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

5.2 Keterbatasan Peneliti

Dalam penelitian ini penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan, kekurangan tersebut yaitu :

1. Penulis hanya menggunakan 2 variabel saja, di mana banyak di luar sana variabel yang dapat diteliti pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk.
2. Keterbatasan waktu dan kemampuan peneliti menyebabkan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas maka peneliti ingin memberi saran sebagai saran untuk masa yang akan datang :

1. Perusahaan untuk tetap konsisten memberikan informasi berupa label halal dan lainnya dalam kemasan produk.
2. Untuk perusahaan di harapkan untuk terus ber inovasi namun tetap konsisten dengan kualitas dan harga jual yang sesuai dengan kantong pelajar dan mahasiswi agar tidak kehilangan konsumen.
3. Untuk peneliti selanjutnya penulis berharap penelitian ini dapat digunakan bahan acuan. Dan juga di harapkan untuk bisa menambah responden dan juga variable bebas lainnya seperti promosi, kualitas dan lain lain.

DAFTAR PUSTAKA

<https://semarangkota.bps.go.id/indicator/155/41/1/jumlah-pemeluk-agama.html> 01/12/2022

pkl 8:23

- Yusuf shofie, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Medan : Kencana 2013)
- M.Abdul Ghoffar E.M,2003,*Tafsir Ibnu Katsir*,Bogor : Pustaka Imam asy-Syafii,,jilid 5
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia tanggal 13 Juli 2013 Standar Kehalalan Produk Kosmetika dan Penggunaannya
- Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram* Bandung,penerbit jabal, 2014
- Gay, L.R. dan P.L.Diehl. *Research Methods For Business and Management*, New York: Mac Milan Publishing Company, 1992.
- H. Basri, Faisal. *Perekonomian Indonesia Menjelang Abad XXI*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 1995.
- Hasan, M. Iqbal. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Penerbit Ghalia, 2002.
- Putri, Budi Rahayu, 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar : Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- , *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019
- Yulianti, Farida: Lamsyah dan Periyadi 2019.*Manajemen Pemasaran*. Sleman : CV. Budi Budi Utama
- Feti Mayang Sari,Andi Makhrian, Khairil Buldani 2018 Pengaruh Label Halal, Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah. (Studi Kasus Mahasiswi Prodi manajemen Universitas Bengkulu) , Jurnal Profesional FIS UNIVED Vol.5 No.1, 2018 :Hal 26
- Widiyaningrum,Premi Wahyu, Pengaruh Label Halal, Iklan dan Celebrity Endorser terhadap minat pembelian kosmetik melalui Variabel Presepsi sebagai mediasi (Studi Kasus Civitas Akademika Universitas Muhamadiyah Ponorogo), *Capital* Vol.2 No.2,2019 :Hal 75
- Amin MA & Rachmawati L, Pengaruh Label Halal, Citra Merk dan Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.3 No.2, 2012:Hal 152

- Khuwaroh.K Widarko,A & BS Anwarudin. MK, Pengaruh Label Halal, Keamanan Bahan,Promosi dan Harga Pada Produk Kosmetik Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2015 – 2018 Universitas Islam Malang), E Jurnal Riset Manajemen, Vol.8 No.5,2019 : hal 155
- Nurudin S & CahyaStyani PN, Penggunaan Label Halal dan Harga Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Masyarakat Kota Bandung) Jurnal Sain Manajemen Vol 3 No.2,2021:hal 111
- Anggraini NP & Suryoko S, Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan(Studi kasus Konsumen Kosmetik Sariayu di Kota Semarang) Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol.7 No.3, 2018
- Ilwan BM. Mahrinasari MS. Ramelan MR, Pengaruh Label Halal, Harga dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah di Indonesia, Jurnal Ilmiah Indonesia. Vol.7 No. 9 2022 : Hal.14549
- M Deviyanti, (Skripsi)Pengaruh Label Halal Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah di Citra Cosmetic Sunggumanisa, 2021
- Mulyani D & Suriana N,2013.A-z. *Tentang kosmetik*. Jakarta :PT Elex Media Komputindo
- Al ghazali Imam.2019.*Halal Haram*. Bandung: Penerbit Maja.
- Premi Wahyu W.2019. *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan dan Celebrity Endroser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variable Presepsi Sebagai Mediasi*. Jurnal Ekonomi dan Menejemen Vol, 2 No 2
- https://www.tribunnewswiki.com/2020/02/07/emina_pkl_11.00
- https://www.eminacosmetics.com/id/all/make-up_pkl_11.00
- Umi Kulsum, *Bahaya Kosmetik Bagi Kesehatan*, (Malang:2015)
- Kusumawardani.DA, *Studi Mengenai Keputusan Pembelian jasa Wedding dan Event Organizer*. (Universitas Diponegoro : 2011)

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner

KUISISIONER PENELITIAN

Assalamualaikum wr.wb

Saya Fitria Rizky Maharani (1605026085) mahasiswi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang Pengaruh Label Halal dan Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi UIN Walisongo angkatan 2019 – 2021 oleh karena itu di mohon kesediaan responden untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner ini secara lengkap dan benar agar saya dapat menyelesaikan penelitian ini. Atas ketersediaan dan waktunya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Bagian 1

Identitas Responden

Isi pada bagian ini merupakan pertanyaan yang berhubungan dengan identitas responden. Mohon di isi dengan lengkap dan benar pernyataan di bawah ini.

Nama Lengkap :

Jurusan :

Angkatan :

Bagian 2

Pilihlah jawaban yang anda anggap paling mewakili diri anda pada pilihan yang sudah di sediakan. Anda di perintahkan untuk memberikan opini atas pernyataan – pernyataan di bawah ini.

SS : Sangat Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

R : Ragu – Ragu

TS : Tidak Setuju

A. LABEL HALAL (X1)

| NO | PERNYATAAN | SS | S | R | TS | STS |
|-----------|--|-----------|----------|----------|-----------|------------|
| 1. | Saya tahu maksud adanya “Label Halal” dalam kemasan produk Emina | | | | | |
| 2. | Saya selalu memperhatikan ada tidaknya label halal pada kemasan produk sebelum melakukan pembelian produk kosmetik Emina | | | | | |
| 3. | Adanya “Label Halal” pada kemasan produk menjadi pertimbangan saya membeli produk Emina | | | | | |
| 4. | Saya memahami logo dan keterangan pada kemasan produk sehingga menambah keyakinan mutu produk emina | | | | | |
| 5. | Saya meyakini dengan adanya label halal pada kemasan produk emina menunjukkan bahwa bahan dan proses yang di gunakan tidak membahayakan. | | | | | |

A. HARGA JUAL (X2)

| NO | PERNYATAAN | SS | S | R | TS | STS |
|-----------|---|-----------|----------|----------|-----------|------------|
| 6 | Harga kosmetik Emina relatif terjangkau oleh semua konsumen produk terutama mahasiswi | | | | | |
| 7 | Harga kosmetik Emina lebih terjangkau dari produk kosmetik yang lain | | | | | |
| 8 | Harga kosmetik Emina sesuai dengan kualitas produk | | | | | |
| 9 | Harga kosmetik Emina sesuai dengan manfaat yang di berikan produk | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 10 | Saya mempertimbangkan harga produk kosmetik terlebih dahulu sebelum membeli. | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|

B. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

| NO | PERNYATAAN | SS | S | R | TS | STS |
|-----------|--|-----------|----------|----------|-----------|------------|
| 10 | Saya membeli produk Emina karena sesuai dengan kebutuhan | | | | | |
| 11. | Saya mencari informasi tentang produk Emina terlebih dahulu sebelum membeli. | | | | | |
| 12 | Saya mendapat informasi tentang produk terlebih dahulu sebelum membeli produk. | | | | | |
| 14 | Saya mengevaluasi produk emina sebelum atau sesudah membeli produk | | | | | |
| 15 | Saya sudah yakin sebelum memutuskan membeli produk kosmetik Emina | | | | | |
| 16 | Menurut saya label halal mempengaruhi keputusan pembelian produk Emina. | | | | | |

Lampiran 2. Daftar Identitas Responden

| Nama | Jurusan | Angkatan |
|----------------------------|-------------------|-----------------|
| Nahela Safitri | Ekonomi Islam | 2020 |
| Fatmawati Dwi Agustin | Ekonomi Islam | 2020 |
| Tyas Prasetyawati | Akuntansi Syariah | 2020 |
| Mualifah Nurul Zuhri | Akuntansi Syariah | 2019 |
| Suci Lestari | Manajemen | 2020 |
| Arina Fahma | Ekonomi Islam | 2021 |
| ALFIANA NUR AZZAHRA | Ekonomi Islam | 2020 |
| Cahyani Novita Sari | Manajemen | 2020 |
| Siti Halimatus Safitri | Ekonomi Islam | 2021 |
| Zeva Ega Sekarrisma | Ekonomi Islam | 2021 |
| Lisa Ayu Agustina | Ekonomi Islam | 2020 |
| Tsania Nafiza Azzahrani | Akuntansi Syariah | 2020 |
| Nikmah Rina Wulandari | Ekonomi Islam | 2021 |
| Alfiani Anditasari | Ekonomi Islam | 2021 |
| Irkhamah Nurdianti | Akuntansi Syariah | 2021 |
| Umi Nur Latifah | Ekonomi Islam | 2020 |
| Dela Baqia Nasyifa | Akuntansi Syariah | 2021 |
| Fildza Mafasin Nisa | Ekonomi Islam | 2021 |
| Putri Febriana | Ekonomi Islam | 2021 |
| Sevi nabila | Manajemen | 2021 |
| Fatiha | Manajemen | 2021 |
| Anggi Nofita Sari | Perbankan Syariah | 2020 |
| Izzatul Latifah | Perbankan Syariah | 2020 |
| Miladia Ulufah Annur | Perbankan Syariah | 2021 |
| Sarifah Aini | Ekonomi Islam | 2019 |
| Meliana Putri | Akuntansi Syariah | 2019 |
| Ullayya Sa'adah | Ekonomi Islam | 2019 |
| Nela Zahrotun Nafis | Ekonomi Islam | 2019 |
| Vina Anisa | Ekonomi Islam | 2019 |
| Febyana | Akuntansi Syariah | 2019 |
| Dyah Putri Purnamasari | Ekonomi Islam | 2019 |
| sofia amalia | Manajemen | 2019 |
| Hana | Ekonomi Islam | 2019 |
| Faizatul Inayah | Akuntansi Syariah | 2019 |
| Dwi Nur Aini | Ekonomi Islam | 2019 |
| auliya ilda | Akuntansi Syariah | 2019 |
| Rahmaaniya | Akuntansi Syariah | 2019 |
| Dwi | Manajemen | 2019 |
| Nabilla Baitul | Ekonomi Islam | 2019 |
| Rahma Widiartika Hidayanti | Manajemen | 2019 |
| Afidatunnisa | Perbankan Syariah | 2019 |
| Mutiara | Akuntansi Syariah | 2020 |
| Sindya Rahmadani Andianto | Manajemen | 2019 |
| Irma Ryanding Tyas | Manajemen | 2020 |
| Sifa Aulia Nastiti | Manajemen | 2021 |
| Mada Rina Soraya | Perbankan Syariah | 2020 |

| | | |
|-------------------------|-------------------|------|
| Azziatul Muna | Ekonomi Islam | 2021 |
| Rofifa Amelia Irnawita | Ekonomi Islam | 2020 |
| firatul qonita | Ekonomi Islam | 2021 |
| Devika Angelina Putri | Ekonomi Islam | 2021 |
| afifah khoirunnisa | Ekonomi Islam | 2019 |
| salsabila | Akuntansi Syariah | 2021 |
| Fatasya Uzmatul Hasanah | Ekonomi Islam | 2021 |
| Reni Listiana | Perbankan Syariah | 2021 |
| Dwi Rifatul Fidya | Perbankan Syariah | 2021 |
| Naswa Adellia | Akuntansi Syariah | 2021 |
| Lina Kumalatul Jinan | Akuntansi Syariah | 2021 |
| Alfia Ayu Sabila | Akuntansi Syariah | 2021 |
| Saskia Bintang | Manajemen | 2020 |
| Salsa Maftuha Amanah | Manajemen | 2020 |
| Anita Dyah Purnama Sari | Ekonomi Islam | 2021 |
| Nilam Cahaya Mutiara | Manajemen | 2020 |
| Ana Astuti | Perbankan Syariah | 2021 |
| Nabilah Ramadhani | Perbankan Syariah | 2020 |
| Shopia Dara Maharani | Akuntansi Syariah | 2021 |
| Anggita Rachma Ashari | Akuntansi Syariah | 2020 |
| Bahrotun Nafaroh | Ekonomi Islam | 2019 |
| Suci Nur Hidayah | Ekonomi Islam | 2020 |
| Putri Ayu Rossalina | Akuntansi Syariah | 2020 |
| Naila Naswa | Ekonomi Islam | 2020 |
| Naeli Ni'maturrizqi | Manajemen | 2020 |
| Niswatun | Manajemen | 2020 |
| Vina Vauzia | Akuntansi Syariah | 2021 |
| Meira | Perbankan Syariah | 2019 |
| Meliana Putri Anggraini | Akuntansi Syariah | 2019 |
| Laily Feby | Ekonomi Islam | 2020 |
| Debita | Manajemen | 2020 |
| Khaerunnisa | Akuntansi Syariah | 2021 |
| Maudzah Khasanah | Ekonomi Islam | 2021 |
| Nurhadini | Akuntansi Syariah | 2021 |
| Tatik Safitri | Manajemen | 2021 |
| Nur indi | Manajemen | 2021 |
| Shofi Zulfani hawa | Akuntansi Syariah | 2020 |
| Putri Awalia | Akuntansi Syariah | 2020 |
| Talita Nabila | Akuntansi Syariah | 2021 |
| Fifi Ania Zahro | Akuntansi Syariah | 2021 |
| Aizzatun Nisa | Manajemen | 2020 |
| Manggar | Perbankan Syariah | 2019 |
| Lintang Puji Nurafifah | Ekonomi Islam | 2021 |
| Reyza Rindi | Akuntansi Syariah | 2021 |
| Ira Fazira | Manajemen | 2020 |
| Dini Sefiana | Akuntansi Syariah | 2021 |

| | | |
|-----------------------|-------------------|------|
| Ardhiawan Rahman Khan | Perbankan Syariah | 2021 |
| Veni | Perbankan Syariah | 2019 |
| Riza Muzzah Asri | Ekonomi Islam | 2021 |

Lampiran 3. Rekap data Kuesioner Penelitian

1) X1 (Label Halal)

| X1 Label Halal | | | | | | |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
| Nomor | Butir 1 | Butir 2 | Butir 3 | Butir 4 | Butir 5 | Total X1 |
| Respon 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| Respon 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| Respon 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| Respon 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| Respon 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 6 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| Respon 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 8 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 21 |
| Respon 9 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| Respon 10 | 5 | 1 | 5 | 2 | 2 | 15 |
| Respon 11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| Respon 12 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| Respon 13 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 21 |
| Respon 14 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| Respon 15 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 21 |
| Respon 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 17 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 22 |
| Respon 18 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| Respon 19 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 21 |
| Respon 20 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 22 |
| Respon 21 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| Respon 22 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 21 |
| Respon 23 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 21 |
| Respon 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 25 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| Respon 26 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 |
| Respon 27 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| Respon 28 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| Respon 30 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| Respon 31 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| Respon 32 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| Respon 33 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| Respon 34 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| Respon 35 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 22 |
| Respon 36 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| Respon 37 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| Respon 38 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 20 |
| Respon 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 40 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 20 |

| | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|----|
| Respon 41 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| Respon 42 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| Respon 43 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| Respon 44 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| Respon 45 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 20 |
| Respon 46 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 20 |
| Respon 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 48 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| Respon 49 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 22 |
| Respon 50 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| Respon 51 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| Respon 52 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 20 |
| Respon 53 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| Respon 54 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 21 |
| Respon 55 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| Respon 56 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| Respon 57 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| Respon 58 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| Respon 59 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 21 |
| Respon 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 62 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| Respon 63 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 12 |
| Respon 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 65 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| Respon 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 68 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 21 |
| Respon 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 72 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| Respon 73 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| Respon 74 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 76 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 77 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 78 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| Respon 79 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| Respon 80 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| Respon 81 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| Respon 82 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 83 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 85 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 86 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 |

| | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|----|
| Respon 87 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 88 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 89 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 90 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 91 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| Respon 92 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 93 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 94 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 95 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |

2) X2 (Harga Jual)

| X2 (Harga Jual) | | | | | | |
|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
| Nomor | Butir 1 | Butir 2 | Butir 3 | Butir 4 | Butir 5 | Total X2 |
| Respon 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| Respon 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| Respon 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 21 |
| Respon 4 | 5 | 2 | 2 | 5 | 5 | 19 |
| Respon 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 19 |
| Respon 6 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| Respon 7 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| Respon 8 | 2 | 5 | 2 | 5 | 5 | 19 |
| Respon 9 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| Respon 10 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| Respon 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| Respon 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 14 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 17 |
| Respon 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 16 | 2 | 5 | 2 | 5 | 5 | 19 |
| Respon 17 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| Respon 18 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 13 |
| Respon 19 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 |
| Respon 20 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| Respon 21 | 5 | 2 | 5 | 5 | 2 | 19 |
| Respon 22 | 5 | 3 | 2 | 2 | 5 | 17 |
| Respon 23 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| Respon 24 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 21 |
| Respon 25 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 21 |
| Respon 26 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| Respon 27 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 13 |
| Respon 28 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 13 |
| Respon 29 | 5 | 2 | 2 | 5 | 3 | 17 |
| Respon 30 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 11 |
| Respon 31 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 20 |
| Respon 32 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |

| | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|----|
| Respon 33 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 14 |
| Respon 34 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 17 |
| Respon 35 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 12 |
| Respon 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 37 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| Respon 38 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| Respon 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 40 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| Respon 41 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| Respon 42 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 13 |
| Respon 43 | 2 | 2 | 5 | 5 | 3 | 17 |
| Respon 44 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| Respon 45 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| Respon 46 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| Respon 47 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| Respon 48 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| Respon 49 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 12 |
| Respon 50 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 13 |
| Respon 51 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 21 |
| Respon 52 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| Respon 53 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 15 |
| Respon 54 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| Respon 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 56 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 57 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 12 |
| Respon 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 59 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 19 |
| Respon 60 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| Respon 61 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| Respon 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 63 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| Respon 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 65 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| Respon 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 67 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| Respon 68 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| Respon 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 72 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| Respon 73 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 74 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| Respon 75 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 76 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| Respon 77 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 17 |
| Respon 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |

| | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|----|
| Respon 79 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 15 |
| Respon 80 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| Respon 81 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| Respon 82 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 20 |
| Respon 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 84 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| Respon 85 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 16 |
| Respon 86 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 87 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 88 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 14 |
| Respon 89 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| Respon 90 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| Respon 91 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| Respon 92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| Respon 93 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| Respon 94 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Respon 95 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |

3) Y (Keputusan Pembelian)

| Y | | | | | | | |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Nomor | Butir 1 | Butir 2 | Butir 3 | Butir 4 | Butir 5 | Butir 6 | Total Y |
| Respon 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 17 |
| Respon 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 24 |
| Respon 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 14 |
| Respon 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 28 |
| Respon 5 | 2 | 2 | 5 | 2 | 3 | 5 | 19 |
| Respon 6 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 5 | 16 |
| Respon 7 | 4 | 2 | 5 | 2 | 2 | 2 | 17 |
| Respon 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 28 |
| Respon 9 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| Respon 10 | 2 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 22 |
| Respon 11 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 22 |
| Respon 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| Respon 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| Respon 14 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 23 |
| Respon 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| Respon 16 | 5 | 3 | 5 | 2 | 3 | 5 | 23 |
| Respon 17 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| Respon 18 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 15 |
| Respon 19 | 3 | 2 | 2 | 5 | 3 | 5 | 20 |
| Respon 20 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 5 | 18 |
| Respon 21 | 2 | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 | 17 |
| Respon 22 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 1 | 22 |
| Respon 23 | 2 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 22 |
| Respon 24 | 2 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 18 |

| | | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|---|----|
| Respon 25 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| Respon 26 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| Respon 27 | 5 | 2 | 5 | 5 | 2 | 2 | 21 |
| Respon 28 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 5 | 17 |
| Respon 29 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| Respon 30 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| Respon 31 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| Respon 32 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 21 |
| Respon 33 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| Respon 34 | 2 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 22 |
| Respon 35 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 13 |
| Respon 36 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| Respon 37 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 24 |
| Respon 38 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 5 | 20 |
| Respon 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| Respon 40 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| Respon 41 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 21 |
| Respon 42 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| Respon 43 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 20 |
| Respon 44 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| Respon 45 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| Respon 46 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 15 |
| Respon 47 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 15 |
| Respon 48 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| Respon 49 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| Respon 50 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| Respon 51 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| Respon 52 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| Respon 53 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 5 | 16 |
| Respon 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| Respon 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| Respon 56 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 27 |
| Respon 57 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| Respon 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| Respon 59 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 5 | 23 |
| Respon 60 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| Respon 61 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 19 |
| Respon 62 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| Respon 63 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 20 |
| Respon 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| Respon 65 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 23 |
| Respon 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| Respon 67 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| Respon 68 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 25 |
| Respon 69 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 24 |
| Respon 70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |

| | | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|---|----|
| Respon 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| Respon 72 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 24 |
| Respon 73 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| Respon 74 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| Respon 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| Respon 76 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| Respon 77 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 22 |
| Respon 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| Respon 79 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 19 |
| Respon 80 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 26 |
| Respon 81 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 23 |
| Respon 82 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 22 |
| Respon 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| Respon 84 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| Respon 85 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| Respon 86 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| Respon 87 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| Respon 88 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| Respon 89 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| Respon 90 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 24 |
| Respon 91 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| Respon 92 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 24 |
| Respon 93 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| Respon 94 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| Respon 95 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |

Lampiran 4. Uji Kelayakan Data

1). Uji Validitas

a. Validitas X1. Label Halal

Correlations

| | | Label Halal 1 | Label Halal 2 | Label Halal 3 | Label Halal 4 | Label Halal 5 | Total |
|---------------|---------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|--------|
| Label Halal 1 | Pearson Correlation | 1 | -.018 | .360** | .244* | .415** | .608** |
| | Sig. (2-tailed) | | .865 | .000 | .017 | .000 | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Label Halal 2 | Pearson Correlation | -.018 | 1 | .052 | .176 | .205* | .482** |
| | Sig. (2-tailed) | .865 | | .615 | .088 | .046 | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Label Halal 3 | Pearson Correlation | .360** | .052 | 1 | .271** | .283** | .607** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .615 | | .008 | .005 | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Label Halal 4 | Pearson Correlation | .244* | .176 | .271** | 1 | .569** | .717** |
| | Sig. (2-tailed) | .017 | .088 | .008 | | .000 | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Label Halal 5 | Pearson Correlation | .415** | .205* | .283** | .569** | 1 | .763** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .046 | .005 | .000 | | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Total | Pearson Correlation | .608** | .482** | .607** | .717** | .763** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Validitas X2. Harga Jual

Correlations

| | | Harga Jual 1 | Harga Jual 2 | Harga Jual 3 | Harga Jual 4 | Harga Jual 5 | Total |
|-----------------|------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------|
| Harga Jual 1 | Pearson Correlation | 1 | .420** | .480** | .429** | .347** | .700** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .001 | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Harga Jual 2 | Pearson Correlation | .420** | 1 | .486** | .497** | .523** | .752** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Harga Jual 3 | Pearson Correlation | .480** | .486** | 1 | .641** | .495** | .805** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Harga Jual 4 | Pearson Correlation | .429** | .497** | .641** | 1 | .635** | .830** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Harga Jual 5 | Pearson Correlation | .347** | .523** | .495** | .635** | 1 | .774** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Total | Pearson Correlation | .700** | .752** | .805** | .830** | .774** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Validitas Y. Keputusan Pembelian

| | | Correlations | | | | | | |
|---------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | Y_TOTAL |
| Y.1 | Pearson Correlation | 1 | .678** | .622** | .689** | .602** | .285** | .834** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .005 | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Y.2 | Pearson Correlation | .678** | 1 | .571** | .669** | .566** | .411** | .846** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Y.3 | Pearson Correlation | .622** | .571** | 1 | .459** | .434** | .364** | .749** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Y.4 | Pearson Correlation | .689** | .669** | .459** | 1 | .687** | .340** | .827** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .001 | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Y.5 | Pearson Correlation | .602** | .566** | .434** | .687** | 1 | .335** | .773** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .001 | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Y.6 | Pearson Correlation | .285** | .411** | .364** | .340** | .335** | 1 | .600** |
| | Sig. (2-tailed) | .005 | .000 | .000 | .001 | .001 | | .000 |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |
| Y_TOTAL | Pearson Correlation | .834** | .846** | .749** | .827** | .773** | .600** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 | 95 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2) Uji Realibilitas

a. Uji realibilitas X1 Label Halal

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .618 | 5 |

b. Uji Reabilitas X2 Harga Jual

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .830 | 5 |

c. Uji Reabilitas Y Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .862 | 6 |

Lampiran.5 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas KS Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 95 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 3.53889229 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .084 |
| | Positive | .083 |
| | Negative | -.084 |
| Test Statistic | | .084 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .091 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2) Uji Multikolinieritas

| Coefficients ^a | | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | -1.279 | 3.427 | | -.373 | .710 | | |
| Label Halal | .317 | .158 | .137 | 2.007 | .048 | .974 | 1.027 |
| Harga Jual | .920 | .086 | .728 | 10.650 | .000 | .974 | 1.027 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3) Uji Heterokedasitas Speaeman's Rho

| | | | Correlations | | |
|-------------------|----------------------------|----------------------------|--------------|--------------|--------------------------------|
| | | | TOTAL_ X1 | TOTAL_ X2 | Unstandar dized Residual |
| Spearman's rho | TOTAL_X1 | Correlation Coefficient | 1.000 | .119 | -.013 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .251 | .904 |
| | | N | 95 | 95 | 95 |
| | TOTAL_X2 | Correlation Coefficient | .119 | 1.000 | .068 |
| | | Sig. (2-tailed) | .251 | . | .514 |
| | | N | 95 | 95 | 95 |
| | Unstandardized Residual | Correlation Coefficient | -.013 | .068 | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .904 | .514 | . |
| | | N | 95 | 95 | 95 |

Lampiran.6 Uji Agresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

1). Uji Agresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | -1.279 | 3.427 | | -.373 | .710 | | |
| Label Halal | .317 | .158 | .137 | 2.007 | .048 | .974 | 1.027 |
| Harga Jual | .920 | .086 | .728 | 10.650 | .000 | .974 | 1.027 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2). Uji t

| Coefficients ^a | | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | -1.279 | 3.427 | | -.373 | .710 | | |
| Label Halal | .317 | .158 | .137 | 2.007 | .048 | .974 | 1.027 |
| Harga Jual | .920 | .086 | .728 | 10.650 | .000 | .974 | 1.027 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3). Uji f

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 1634.072 | 2 | 817.036 | 63.851 | .000 ^b |
| | Residual | 1177.233 | 92 | 12.796 | | |
| | Total | 2811.305 | 94 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga Jual, Label Halal

4). Uji R²

| Model Summary^b | | | | |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .762 ^a | .581 | .572 | 3.577 |

a. Predictors: (Constant), Harga Jual, Label Halal

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran7. Tabel r, Tabel t, Tabel f

1) Tabel r

Tabel r untuk df = 1 - 50

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 1 | 0.9877 | 0.9969 | 0.9995 | 0.9999 | 1.0000 |
| 2 | 0.9000 | 0.9500 | 0.9800 | 0.9900 | 0.9990 |
| 3 | 0.8054 | 0.8783 | 0.9343 | 0.9587 | 0.9911 |
| 4 | 0.7293 | 0.8114 | 0.8822 | 0.9172 | 0.9741 |
| 5 | 0.6694 | 0.7545 | 0.8329 | 0.8745 | 0.9509 |
| 6 | 0.6215 | 0.7067 | 0.7887 | 0.8343 | 0.9249 |
| 7 | 0.5822 | 0.6664 | 0.7498 | 0.7977 | 0.8983 |
| 8 | 0.5494 | 0.6319 | 0.7155 | 0.7646 | 0.8721 |
| 9 | 0.5214 | 0.6021 | 0.6851 | 0.7348 | 0.8470 |
| 10 | 0.4973 | 0.5760 | 0.6581 | 0.7079 | 0.8233 |
| 11 | 0.4762 | 0.5529 | 0.6339 | 0.6835 | 0.8010 |
| 12 | 0.4575 | 0.5324 | 0.6120 | 0.6614 | 0.7800 |
| 13 | 0.4409 | 0.5140 | 0.5923 | 0.6411 | 0.7604 |
| 14 | 0.4259 | 0.4973 | 0.5742 | 0.6226 | 0.7419 |
| 15 | 0.4124 | 0.4821 | 0.5577 | 0.6055 | 0.7247 |
| 16 | 0.4000 | 0.4683 | 0.5425 | 0.5897 | 0.7084 |
| 17 | 0.3887 | 0.4555 | 0.5285 | 0.5751 | 0.6932 |
| 18 | 0.3783 | 0.4438 | 0.5155 | 0.5614 | 0.6788 |
| 19 | 0.3687 | 0.4329 | 0.5034 | 0.5487 | 0.6652 |
| 20 | 0.3598 | 0.4227 | 0.4921 | 0.5368 | 0.6524 |
| 21 | 0.3515 | 0.4132 | 0.4815 | 0.5256 | 0.6402 |
| 22 | 0.3438 | 0.4044 | 0.4716 | 0.5151 | 0.6287 |

| | | | | | |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 23 | 0.3365 | 0.3961 | 0.4622 | 0.5052 | 0.6178 |
| 24 | 0.3297 | 0.3882 | 0.4534 | 0.4958 | 0.6074 |
| 25 | 0.3233 | 0.3809 | 0.4451 | 0.4869 | 0.5974 |
| 26 | 0.3172 | 0.3739 | 0.4372 | 0.4785 | 0.5880 |
| 27 | 0.3115 | 0.3673 | 0.4297 | 0.4705 | 0.5790 |
| 28 | 0.3061 | 0.3610 | 0.4226 | 0.4629 | 0.5703 |
| 29 | 0.3009 | 0.3550 | 0.4158 | 0.4556 | 0.5620 |
| 30 | 0.2960 | 0.3494 | 0.4093 | 0.4487 | 0.5541 |
| 31 | 0.2913 | 0.3440 | 0.4032 | 0.4421 | 0.5465 |
| 32 | 0.2869 | 0.3388 | 0.3972 | 0.4357 | 0.5392 |
| 33 | 0.2826 | 0.3338 | 0.3916 | 0.4296 | 0.5322 |
| 34 | 0.2785 | 0.3291 | 0.3862 | 0.4238 | 0.5254 |
| 35 | 0.2746 | 0.3246 | 0.3810 | 0.4182 | 0.5189 |
| 36 | 0.2709 | 0.3202 | 0.3760 | 0.4128 | 0.5126 |
| 37 | 0.2673 | 0.3160 | 0.3712 | 0.4076 | 0.5066 |
| 38 | 0.2638 | 0.3120 | 0.3665 | 0.4026 | 0.5007 |
| 39 | 0.2605 | 0.3081 | 0.3621 | 0.3978 | 0.4950 |
| 40 | 0.2573 | 0.3044 | 0.3578 | 0.3932 | 0.4896 |
| 41 | 0.2542 | 0.3008 | 0.3536 | 0.3887 | 0.4843 |
| 42 | 0.2512 | 0.2973 | 0.3496 | 0.3843 | 0.4791 |
| 43 | 0.2483 | 0.2940 | 0.3457 | 0.3801 | 0.4742 |
| 44 | 0.2455 | 0.2907 | 0.3420 | 0.3761 | 0.4694 |
| 45 | 0.2429 | 0.2876 | 0.3384 | 0.3721 | 0.4647 |
| 46 | 0.2403 | 0.2845 | 0.3348 | 0.3683 | 0.4601 |
| 47 | 0.2377 | 0.2816 | 0.3314 | 0.3646 | 0.4557 |
| 48 | 0.2353 | 0.2787 | 0.3281 | 0.3610 | 0.4514 |
| 49 | 0.2329 | 0.2759 | 0.3249 | 0.3575 | 0.4473 |
| 50 | 0.2306 | 0.2732 | 0.3218 | 0.3542 | 0.4432 |

Tabel r untuk df = 51 - 100

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 51 | 0.2284 | 0.2706 | 0.3188 | 0.3509 | 0.4393 |
| 52 | 0.2262 | 0.2681 | 0.3158 | 0.3477 | 0.4354 |
| 53 | 0.2241 | 0.2656 | 0.3129 | 0.3445 | 0.4317 |
| 54 | 0.2221 | 0.2632 | 0.3102 | 0.3415 | 0.4280 |
| 55 | 0.2201 | 0.2609 | 0.3074 | 0.3385 | 0.4244 |
| 56 | 0.2181 | 0.2586 | 0.3048 | 0.3357 | 0.4210 |
| 57 | 0.2162 | 0.2564 | 0.3022 | 0.3328 | 0.4176 |
| 58 | 0.2144 | 0.2542 | 0.2997 | 0.3301 | 0.4143 |
| 59 | 0.2126 | 0.2521 | 0.2972 | 0.3274 | 0.4110 |
| 60 | 0.2108 | 0.2500 | 0.2948 | 0.3248 | 0.4079 |
| 61 | 0.2091 | 0.2480 | 0.2925 | 0.3223 | 0.4048 |
| 62 | 0.2075 | 0.2461 | 0.2902 | 0.3198 | 0.4018 |
| 63 | 0.2058 | 0.2441 | 0.2880 | 0.3173 | 0.3988 |
| 64 | 0.2042 | 0.2423 | 0.2858 | 0.3150 | 0.3959 |
| 65 | 0.2027 | 0.2404 | 0.2837 | 0.3126 | 0.3931 |
| 66 | 0.2012 | 0.2387 | 0.2816 | 0.3104 | 0.3903 |
| 67 | 0.1997 | 0.2369 | 0.2796 | 0.3081 | 0.3876 |
| 68 | 0.1982 | 0.2352 | 0.2776 | 0.3060 | 0.3850 |
| 69 | 0.1968 | 0.2335 | 0.2756 | 0.3038 | 0.3823 |
| 70 | 0.1954 | 0.2319 | 0.2737 | 0.3017 | 0.3798 |
| 71 | 0.1940 | 0.2303 | 0.2718 | 0.2997 | 0.3773 |
| 72 | 0.1927 | 0.2287 | 0.2700 | 0.2977 | 0.3748 |
| 73 | 0.1914 | 0.2272 | 0.2682 | 0.2957 | 0.3724 |

| | | | | | |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 73 | 0.1914 | 0.2272 | 0.2682 | 0.2957 | 0.3724 |
| 74 | 0.1901 | 0.2257 | 0.2664 | 0.2938 | 0.3701 |
| 75 | 0.1888 | 0.2242 | 0.2647 | 0.2919 | 0.3678 |
| 76 | 0.1876 | 0.2227 | 0.2630 | 0.2900 | 0.3655 |
| 77 | 0.1864 | 0.2213 | 0.2613 | 0.2882 | 0.3633 |
| 78 | 0.1852 | 0.2199 | 0.2597 | 0.2864 | 0.3611 |
| 79 | 0.1841 | 0.2185 | 0.2581 | 0.2847 | 0.3589 |
| 80 | 0.1829 | 0.2172 | 0.2565 | 0.2830 | 0.3568 |
| 81 | 0.1818 | 0.2159 | 0.2550 | 0.2813 | 0.3547 |
| 82 | 0.1807 | 0.2146 | 0.2535 | 0.2796 | 0.3527 |
| 83 | 0.1796 | 0.2133 | 0.2520 | 0.2780 | 0.3507 |
| 84 | 0.1786 | 0.2120 | 0.2505 | 0.2764 | 0.3487 |
| 85 | 0.1775 | 0.2108 | 0.2491 | 0.2748 | 0.3468 |
| 86 | 0.1765 | 0.2096 | 0.2477 | 0.2732 | 0.3449 |
| 87 | 0.1755 | 0.2084 | 0.2463 | 0.2717 | 0.3430 |
| 88 | 0.1745 | 0.2072 | 0.2449 | 0.2702 | 0.3412 |
| 89 | 0.1735 | 0.2061 | 0.2435 | 0.2687 | 0.3393 |
| 90 | 0.1726 | 0.2050 | 0.2422 | 0.2673 | 0.3375 |
| 91 | 0.1716 | 0.2039 | 0.2409 | 0.2659 | 0.3358 |
| 92 | 0.1707 | 0.2028 | 0.2396 | 0.2645 | 0.3341 |
| 93 | 0.1698 | 0.2017 | 0.2384 | 0.2631 | 0.3323 |
| 94 | 0.1689 | 0.2006 | 0.2371 | 0.2617 | 0.3307 |
| 95 | 0.1680 | 0.1996 | 0.2359 | 0.2604 | 0.3290 |
| 96 | 0.1671 | 0.1986 | 0.2347 | 0.2591 | 0.3274 |
| 97 | 0.1663 | 0.1975 | 0.2335 | 0.2578 | 0.3258 |
| 98 | 0.1654 | 0.1966 | 0.2324 | 0.2565 | 0.3242 |
| 99 | 0.1646 | 0.1956 | 0.2312 | 0.2552 | 0.3226 |
| 100 | 0.1638 | 0.1946 | 0.2301 | 0.2540 | 0.3211 |

2) Tabel t

| df | Signifikansi | | | | |
|----|--------------|-------|--------|--------|--------|
| | 10% | 5% | 2,5% | 1% | 0,5% |
| 1 | 3,078 | 6,314 | 12,706 | 31,821 | 63,657 |
| 2 | 1,886 | 2,920 | 4,303 | 6,965 | 9,925 |
| 3 | 1,638 | 2,353 | 3,182 | 4,541 | 5,841 |
| 4 | 1,533 | 2,132 | 2,776 | 3,747 | 4,604 |
| 5 | 1,476 | 2,015 | 2,571 | 3,365 | 4,032 |
| 6 | 1,440 | 1,943 | 2,447 | 3,143 | 3,707 |
| 7 | 1,415 | 1,895 | 2,365 | 2,998 | 3,499 |
| 8 | 1,397 | 1,860 | 2,306 | 2,896 | 3,355 |
| 9 | 1,383 | 1,833 | 2,262 | 2,821 | 3,250 |
| 10 | 1,372 | 1,812 | 2,228 | 2,764 | 3,169 |
| 11 | 1,363 | 1,796 | 2,201 | 2,718 | 3,106 |
| 12 | 1,356 | 1,782 | 2,179 | 2,681 | 3,055 |
| 13 | 1,350 | 1,771 | 2,160 | 2,650 | 3,012 |
| 14 | 1,345 | 1,761 | 2,145 | 2,624 | 2,977 |
| 15 | 1,341 | 1,753 | 2,131 | 2,602 | 2,947 |
| 16 | 1,337 | 1,746 | 2,120 | 2,583 | 2,921 |
| 17 | 1,333 | 1,740 | 2,110 | 2,567 | 2,898 |
| 18 | 1,330 | 1,734 | 2,101 | 2,552 | 2,878 |
| 19 | 1,328 | 1,729 | 2,093 | 2,539 | 2,861 |
| 20 | 1,325 | 1,725 | 2,086 | 2,528 | 2,845 |
| 21 | 1,323 | 1,721 | 2,080 | 2,518 | 2,831 |
| 22 | 1,321 | 1,717 | 2,074 | 2,508 | 2,819 |
| 23 | 1,319 | 1,714 | 2,069 | 2,500 | 2,807 |
| 24 | 1,318 | 1,711 | 2,064 | 2,492 | 2,797 |
| 25 | 1,316 | 1,708 | 2,060 | 2,485 | 2,787 |
| 26 | 1,315 | 1,706 | 2,056 | 2,479 | 2,779 |
| 27 | 1,314 | 1,703 | 2,052 | 2,473 | 2,771 |
| 28 | 1,313 | 1,701 | 2,048 | 2,467 | 2,763 |
| 29 | 1,311 | 1,699 | 2,045 | 2,462 | 2,756 |
| 30 | 1,310 | 1,697 | 2,042 | 2,457 | 2,750 |
| 31 | 1,309 | 1,696 | 2,040 | 2,453 | 2,744 |
| 32 | 1,309 | 1,694 | 2,037 | 2,449 | 2,738 |
| 33 | 1,308 | 1,692 | 2,035 | 2,445 | 2,733 |
| 34 | 1,307 | 1,691 | 2,032 | 2,441 | 2,728 |
| 35 | 1,306 | 1,690 | 2,030 | 2,438 | 2,724 |
| 36 | 1,306 | 1,688 | 2,028 | 2,434 | 2,719 |
| 37 | 1,305 | 1,687 | 2,026 | 2,431 | 2,715 |
| 38 | 1,304 | 1,686 | 2,024 | 2,429 | 2,712 |
| 39 | 1,304 | 1,685 | 2,023 | 2,426 | 2,708 |
| 40 | 1,303 | 1,684 | 2,021 | 2,423 | 2,704 |

| | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 41 | 1,303 | 1,683 | 2,020 | 2,421 | 2,701 |
| 42 | 1,302 | 1,682 | 2,018 | 2,418 | 2,698 |
| 43 | 1,302 | 1,681 | 2,017 | 2,416 | 2,695 |
| 44 | 1,301 | 1,680 | 2,015 | 2,414 | 2,692 |
| 45 | 1,301 | 1,679 | 2,014 | 2,412 | 2,690 |
| 46 | 1,300 | 1,679 | 2,013 | 2,410 | 2,687 |
| 47 | 1,300 | 1,678 | 2,012 | 2,408 | 2,685 |
| 48 | 1,299 | 1,677 | 2,011 | 2,407 | 2,682 |
| 49 | 1,299 | 1,677 | 2,010 | 2,405 | 2,680 |
| 50 | 1,299 | 1,676 | 2,009 | 2,403 | 2,678 |
| 51 | 1,298 | 1,675 | 2,008 | 2,402 | 2,676 |
| 52 | 1,298 | 1,675 | 2,007 | 2,400 | 2,674 |
| 53 | 1,298 | 1,674 | 2,006 | 2,399 | 2,672 |
| 54 | 1,297 | 1,674 | 2,005 | 2,397 | 2,670 |
| 55 | 1,297 | 1,673 | 2,004 | 2,396 | 2,668 |
| 56 | 1,297 | 1,673 | 2,003 | 2,395 | 2,667 |
| 57 | 1,297 | 1,672 | 2,002 | 2,394 | 2,665 |
| 58 | 1,296 | 1,672 | 2,002 | 2,392 | 2,663 |
| 59 | 1,296 | 1,671 | 2,001 | 2,391 | 2,662 |
| 60 | 1,296 | 1,671 | 2,000 | 2,390 | 2,660 |
| 61 | 1,296 | 1,670 | 2,000 | 2,389 | 2,659 |
| 62 | 1,295 | 1,670 | 1,999 | 2,388 | 2,657 |
| 63 | 1,295 | 1,669 | 1,998 | 2,387 | 2,656 |
| 64 | 1,295 | 1,669 | 1,998 | 2,386 | 2,655 |
| 65 | 1,295 | 1,669 | 1,997 | 2,385 | 2,654 |
| 66 | 1,295 | 1,668 | 1,997 | 2,384 | 2,652 |
| 67 | 1,294 | 1,668 | 1,996 | 2,383 | 2,651 |
| 68 | 1,294 | 1,668 | 1,995 | 2,382 | 2,650 |
| 69 | 1,294 | 1,667 | 1,995 | 2,382 | 2,649 |
| 70 | 1,294 | 1,667 | 1,994 | 2,381 | 2,648 |
| 71 | 1,294 | 1,667 | 1,994 | 2,380 | 2,647 |
| 72 | 1,293 | 1,666 | 1,993 | 2,379 | 2,646 |
| 73 | 1,293 | 1,666 | 1,993 | 2,379 | 2,645 |
| 74 | 1,293 | 1,666 | 1,993 | 2,378 | 2,644 |
| 75 | 1,293 | 1,665 | 1,992 | 2,377 | 2,643 |
| 76 | 1,293 | 1,665 | 1,992 | 2,376 | 2,642 |
| 77 | 1,293 | 1,665 | 1,991 | 2,376 | 2,641 |
| 78 | 1,292 | 1,665 | 1,991 | 2,375 | 2,640 |
| 79 | 1,292 | 1,664 | 1,990 | 2,374 | 2,640 |
| 80 | 1,292 | 1,664 | 1,990 | 2,374 | 2,639 |
| 81 | 1,292 | 1,664 | 1,990 | 2,373 | 2,638 |
| 82 | 1,292 | 1,664 | 1,989 | 2,373 | 2,637 |
| 83 | 1,292 | 1,663 | 1,989 | 2,372 | 2,636 |
| 84 | 1,292 | 1,663 | 1,989 | 2,372 | 2,636 |

| | | | | | |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 85 | 1,292 | 1,663 | 1,988 | 2,371 | 2,635 |
| 86 | 1,291 | 1,663 | 1,988 | 2,370 | 2,634 |
| 87 | 1,291 | 1,663 | 1,988 | 2,370 | 2,634 |
| 88 | 1,291 | 1,662 | 1,987 | 2,369 | 2,633 |
| 89 | 1,291 | 1,662 | 1,987 | 2,369 | 2,632 |
| 90 | 1,291 | 1,662 | 1,987 | 2,368 | 2,632 |
| 91 | 1,291 | 1,662 | 1,986 | 2,368 | 2,631 |
| 92 | 1,291 | 1,662 | 1,986 | 2,368 | 2,630 |
| 93 | 1,291 | 1,661 | 1,986 | 2,367 | 2,630 |
| 94 | 1,291 | 1,661 | 1,986 | 2,367 | 2,629 |
| 95 | 1,291 | 1,661 | 1,985 | 2,366 | 2,629 |
| 96 | 1,290 | 1,661 | 1,985 | 2,366 | 2,628 |
| 97 | 1,290 | 1,661 | 1,985 | 2,365 | 2,627 |
| 98 | 1,290 | 1,661 | 1,984 | 2,365 | 2,627 |
| 99 | 1,290 | 1,660 | 1,984 | 2,365 | 2,626 |
| 100 | 1,290 | 1,660 | 1,984 | 2,364 | 2,626 |

3) Tabel f

| df untuk penyeb ut (N2) | df untuk pembilang (N1) | | | | |
|----------------------------------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 161 | 199 | 216 | 225 | 230 |
| 2 | 18.51 | 19.00 | 19.16 | 19.25 | 19.30 |
| 3 | 10.13 | 9.55 | 9.28 | 9.12 | 9.01 |
| 4 | 7.71 | 6.94 | 6.59 | 6.39 | 6.26 |
| 5 | 6.61 | 5.79 | 5.41 | 5.19 | 5.05 |
| 6 | 5.99 | 5.14 | 4.76 | 4.53 | 4.39 |
| 7 | 5.59 | 4.74 | 4.35 | 4.12 | 3.97 |
| 8 | 5.32 | 4.46 | 4.07 | 3.84 | 3.69 |
| 9 | 5.12 | 4.26 | 3.86 | 3.63 | 3.48 |
| 10 | 4.96 | 4.10 | 3.71 | 3.48 | 3.33 |
| 11 | 4.84 | 3.98 | 3.59 | 3.36 | 3.20 |
| 12 | 4.75 | 3.89 | 3.49 | 3.26 | 3.11 |
| 13 | 4.67 | 3.81 | 3.41 | 3.18 | 3.03 |
| 14 | 4.60 | 3.74 | 3.34 | 3.11 | 2.96 |
| 15 | 4.54 | 3.68 | 3.29 | 3.06 | 2.90 |
| 16 | 4.49 | 3.63 | 3.24 | 3.01 | 2.85 |
| 17 | 4.45 | 3.59 | 3.20 | 2.96 | 2.81 |
| 18 | 4.41 | 3.55 | 3.16 | 2.93 | 2.77 |
| 19 | 4.38 | 3.52 | 3.13 | 2.90 | 2.74 |
| 20 | 4.35 | 3.49 | 3.10 | 2.87 | 2.71 |
| 21 | 4.32 | 3.47 | 3.07 | 2.84 | 2.68 |

| | | | | | |
|-----------|------|------|------|------|------|
| 22 | 4.30 | 3.44 | 3.05 | 2.82 | 2.66 |
| 23 | 4.28 | 3.42 | 3.03 | 2.80 | 2.64 |
| 24 | 4.26 | 3.40 | 3.01 | 2.78 | 2.62 |
| 25 | 4.24 | 3.39 | 2.99 | 2.76 | 2.60 |
| 26 | 4.23 | 3.37 | 2.98 | 2.74 | 2.59 |
| 27 | 4.21 | 3.35 | 2.96 | 2.73 | 2.57 |
| 28 | 4.20 | 3.34 | 2.95 | 2.71 | 2.56 |
| 29 | 4.18 | 3.33 | 2.93 | 2.70 | 2.55 |
| 30 | 4.17 | 3.32 | 2.92 | 2.69 | 2.53 |
| 31 | 4.16 | 3.30 | 2.91 | 2.68 | 2.52 |
| 32 | 4.15 | 3.29 | 2.90 | 2.67 | 2.51 |
| 33 | 4.14 | 3.28 | 2.89 | 2.66 | 2.50 |
| 34 | 4.13 | 3.28 | 2.88 | 2.65 | 2.49 |
| 35 | 4.12 | 3.27 | 2.87 | 2.64 | 2.49 |
| 36 | 4.11 | 3.26 | 2.87 | 2.63 | 2.48 |
| 37 | 4.11 | 3.25 | 2.86 | 2.63 | 2.47 |
| 38 | 4.10 | 3.24 | 2.85 | 2.62 | 2.46 |
| 39 | 4.09 | 3.24 | 2.85 | 2.61 | 2.46 |
| 40 | 4.08 | 3.23 | 2.84 | 2.61 | 2.45 |
| 41 | 4.08 | 3.23 | 2.83 | 2.60 | 2.44 |
| 42 | 4.07 | 3.22 | 2.83 | 2.59 | 2.44 |
| 43 | 4.07 | 3.21 | 2.82 | 2.59 | 2.43 |
| 44 | 4.06 | 3.21 | 2.82 | 2.58 | 2.43 |
| 45 | 4.06 | 3.20 | 2.81 | 2.58 | 2.42 |
| 46 | 4.05 | 3.20 | 2.81 | 2.57 | 2.42 |
| 47 | 4.05 | 3.20 | 2.80 | 2.57 | 2.41 |
| 48 | 4.04 | 3.19 | 2.80 | 2.57 | 2.41 |
| 49 | 4.04 | 3.19 | 2.79 | 2.56 | 2.40 |
| 50 | 4.03 | 3.18 | 2.79 | 2.56 | 2.40 |
| 51 | 4.03 | 3.18 | 2.79 | 2.55 | 2.40 |
| 52 | 4.03 | 3.18 | 2.78 | 2.55 | 2.39 |
| 53 | 4.02 | 3.17 | 2.78 | 2.55 | 2.39 |
| 54 | 4.02 | 3.17 | 2.78 | 2.54 | 2.39 |
| 55 | 4.02 | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 |
| 56 | 4.01 | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 |
| 57 | 4.01 | 3.16 | 2.77 | 2.53 | 2.38 |
| 58 | 4.01 | 3.16 | 2.76 | 2.53 | 2.37 |
| 59 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 |
| 60 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 |
| 61 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.52 | 2.37 |
| 62 | 4.00 | 3.15 | 2.75 | 2.52 | 2.36 |
| 63 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 |
| 64 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 |
| 65 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.51 | 2.36 |

| | | | | | |
|------------|------|------|------|------|------|
| 66 | 3.99 | 3.14 | 2.74 | 2.51 | 2.35 |
| 67 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 |
| 68 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 |
| 69 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 |
| 70 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 |
| 71 | 3.98 | 3.13 | 2.73 | 2.50 | 2.34 |
| 72 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 |
| 73 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 |
| 74 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 |
| 75 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.49 | 2.34 |
| 76 | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 |
| 77 | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 |
| 78 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 |
| 79 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 |
| 80 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 |
| 81 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 |
| 82 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 |
| 83 | 3.96 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 |
| 84 | 3.95 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 |
| 85 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 |
| 86 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 |
| 87 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 |
| 88 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 |
| 89 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 |
| 90 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 |
| 91 | 3.95 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 |
| 92 | 3.94 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 |
| 93 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 |
| 94 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 |
| 95 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 |
| 96 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 |
| 97 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 |
| 98 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 |
| 99 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 |
| 100 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 |

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Identitas

Nama : Fitria Rizky Maharani
Tempat/tanggal lahir : Semarang, 28 April 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jl. Tugurejo RT 1/ RW 5, Tugurejo, Tugu, Smg.
No. Telp : 089 537 580 7611
E-mail : fitriarizkym12@gmail.com

II. Riwayat Pendidikan

1. SD N Tugurejo 01 Semarang tahun 2004 - 2010
2. SMP N 18 Semarang tahun 2010 - 2013
3. SMK Islamic Centre Baiturrahman 2013 - 2016

III. Pengalaman Organisasi

1. PMII Rayon Ekonomi
2. HMJ S1 Perbankan Syariah
3. DEMA FEBI UIN Walisongo Semarang

Semarang, 7 Juni 2023

(Fitria Rizky Maharani)