

**PENGARUH LABEL DAN PENGETAHUAN HALAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN KOSMETIK PADA MAHASISWA  
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**IAIN PALOPO**

**Diajukan oleh:**

**SUSAN ANGRAENI**  
1904030186

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2023**

**PENGARUH LABEL DAN PENGETAHUAN HALAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN KOSMETIK PADA MAHASISWA  
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Label dan Pengetahuan Halal terhadap Keputusan Penggunaan Kosmetik pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah yang ditulis oleh Susan Angraeni, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0403 0186, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat, tanggal 16 Juni 2023 Miladiyah bertepatan dengan 27 Dzulqaidah 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 16 Juni 2023

### TIM PENGUJI

1. Dr. Takdir, S.H., M.H. Ketua Sidang ( )
2. Dr. Muh.Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. Sekretaris Sidang( )
3. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI. Penguji I ( )
4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. Penguji II ( )
5. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. Pembimbing ( )

### Mengetahui

a.n. Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Manajemen Bisnis Syariah

Dr. Takdir, S.H., M.H.  
NIP. 19790724 200312 1 002

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.  
NIP. 19750104 200501 2 003

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Susan Angraeni

NIM : 19 0403 0186

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai penelitian atau pikiran saya sendiri
2. Seluruh bagian penelitian ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang diperoleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Palopo, Oktober 2023



Susan Angraeni

1904030186

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا

مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Label dan Pengetahuan Halal terhadap Keputusan Penggunaan Kosmetik pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah”.

Sholawat dan salam atas junjungan Nabi Muhammad SAW, yang merupakan suri tauladan bagi umat Islam selaku para pengikutnya. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata I (S1) pada Institut Agama Islam Negeri Palopo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

Proses menyelesaikan skripsi ini ada banyak sekali kesulitan dan hambatan. Namun, berkat bimbingan, bantuan, nasihat, dorongan, saran, dan kerjasama dari berbagai pihak yang sangat membantu saya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karenanya, dengan kesempatan ini saya dengan tulus hati mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orangtua saya yang sangat saya cintai, bapak Amiruddin dan ibu Jila yang telah melahirkan, menyayangi, membesarkan saya hingga detik ini. Untuk bapak dan

ibu yang selalu mendoakan saya, memberi saya semangat, dukungan, nasehat dan meridhoi setiap langkah saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

1. Rektor IAIN Palopo Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor bidang akademik dan kelembagaan Dr. H. Muammar Arafat, S.H.,M.H, Wakil Rektor bidang administrasi umum, perencanaan dan keuangan Dr. Ahmad Syarif Iskandar, S.H.,M.M., dan Wakil Rektor bidang kemahasiswaan dan kerjasama Dr. Muhaemin, M.A di IAIN Palopo
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo Dr. Takdir, S.H., M.H. dan Almarhumah Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, MM. Wakil Dekan bidang akademik Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I.,M.A. Wakil Dekan bidang Adm. umum perencanaan dan keuangan Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS., CAPM., CAPF., CSRA. Wakil Dekan bidang kemahasiswaan dan kerjasama Ilham, S.Ag.,M.A.
3. Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah dan Selaku Pembimbing saya Ibu Muzayyanah Jabani, S.T.,M.M. yang telah memberikan saya arahan, bimbingan, dan masukan kepada saya dengan baik dalam menyelesaikan skripsi ini. Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Nurdin Batjo, S.Pt.,M.M.
4. Penguji I Dr. Fasiha S.EI M.EI dan Penguji II Edi Indra Setiawan S.E.MM.
5. Seluruh Dosen beserta Staf Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Kepala Unit Perpustakaan IAIN Palopo H. Mahedang, S.Ag., M.Pd. serta para stafnya yang telah memberikan peluang untuk membaca dan mengumpulkan buku-buku literatur dan melayani penulis dalam keperluan studi kepustakaan.
7. Para seluruh mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah yang telah menyempatkan waktunya untuk memberikan saya kemudahan untuk mengumpulkan data-data yang saya butuhkan.
8. Adikku Ica Penita dan Arsyila serta kakak-kakakku Hasdar, Hasrianti, Hamdy, Hasdir, dan Enni Juita terima kasih karena selalu memberikan support, motivasi, dan bantuan kepada saya baik dari segi materi dan non materi.
9. Seluruh teman kelas MBS G angkatan 2019 terima kasih dan terkhusus untuk mereka Devi, Isma Kharisma Irwan, Ibtidah Hidayah Batari, Misna, Eka Saputri dan Ayu Lestari terima kasih banyak karena selalu menemani dalam suka maupun duka dan tidak pernah meninggalkan saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Teman KKN ku terkhusus Dirgahayu Putri Aulia, Khaerunisa Hikma, Adam terima kasih banyak karena selalu memberikan motivasi, kritik untuk saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
11. *Last but not least* terima kasih Susan Angraeni sudah bertahan dan tetap bersama sampai di titik ini, kita telah melalui banyak sekali perjalanan hidup yang melelahkan, menempuh perjalanan yang begitu terjal bersama-sama dan menikmati setiap alur perjalanan tugas akhir ini. *proud of you* cucang😊

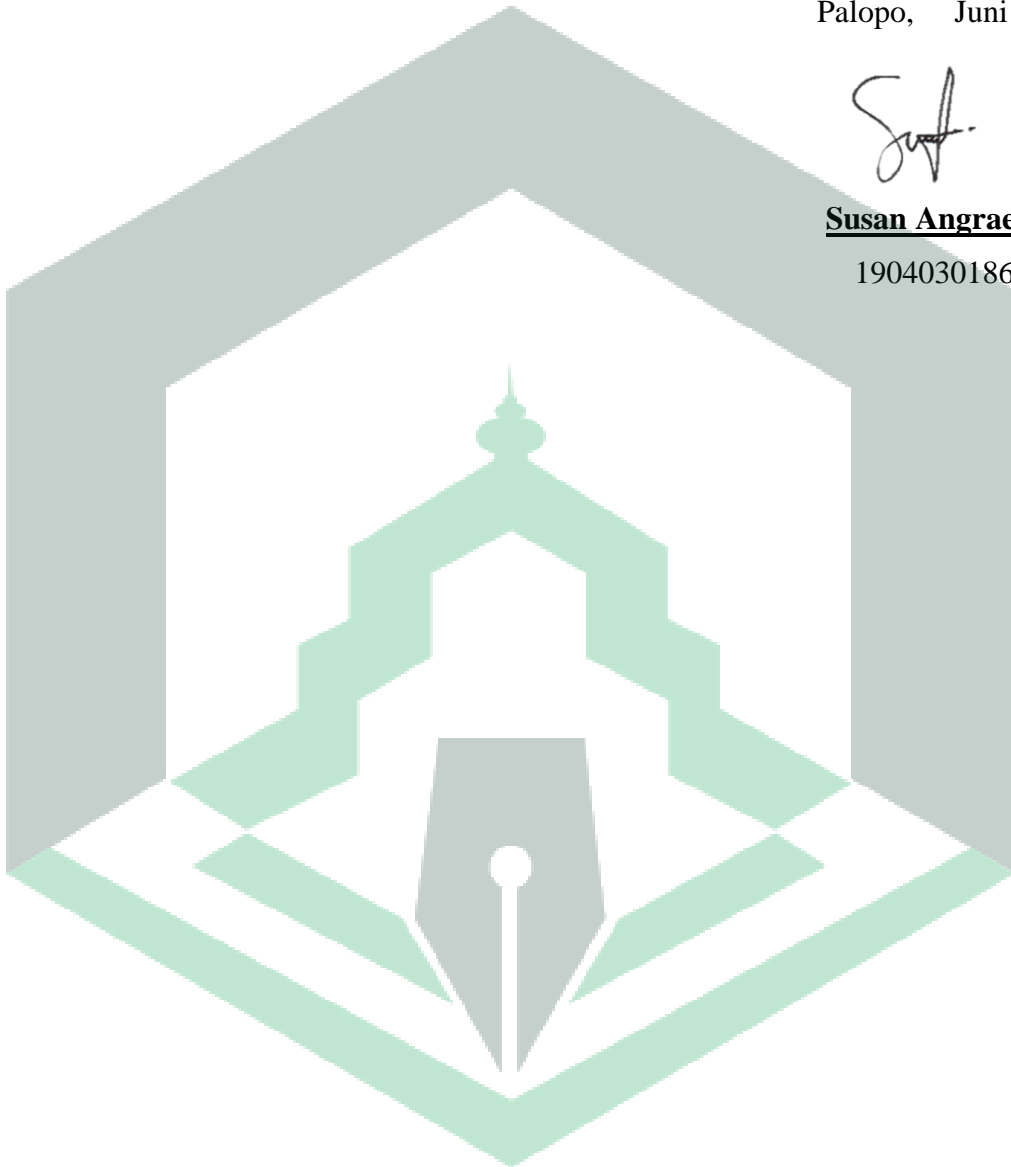
Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi bahan referensi bagi para pembaca. Semoga Allah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. *Aamiin Ya Robbal Alamin*

Palopo, Juni 2023



**Susan Angraeni**

1904030186





## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ya
ص	Šad	Š	es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	de dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	te dengan titik di bawah
ظ	Ža	Ž	zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ya

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang dilambangkan berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
آ	<i>fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>dammah</i>	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
آ	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
أ	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauला*

### 3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ...   ...آ	<i>fathah dan alif atau ya</i>	$\bar{a}$	a dan garis diatas
إ	<i>kasrah dan ya</i>	$\bar{i}$	i dan garis diatas
أ	<i>damma dan wau</i>	$\bar{u}$	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *rāmā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

### 4. Tā' marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah ta. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah ha.

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: raudah al-atfāl
الْمَدِينَةُ الْفَضِيلَةُ	: al-madinah al-fadilah
الْحِكْمَةُ	: al-hikmah

#### 5. Syaddah (Tasydid)

*Syaddah* atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (◌ْ) dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: rabbana
نَجَّيْنَا	: najjaina
الْحَقِّ	: al-haq
الْحَجِّ	: al-hajj
نُعْمٍ	: nu'ima
عُدْوٍ	: aduwwun

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan di dahului oleh huruf kasrah, maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَلِيٍّ	: 'ali (bukan 'aly atau 'aliyy)
عَرَبِيٍّ	: 'arabi (bukan 'arabiyy atau 'araby)

#### 6. Syaddah (Tasydid)

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam*

*ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang transliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qomariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

أَشْمَسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
أَزْزَلَةٌ	: <i>al-zalزالah</i> ( <i>az-zalزالah</i> )
أَلْفَلْسَفَةٌ	: <i>al-falsafah</i>
أَلْبِلَادُ	: <i>al-billadu</i>

#### 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi apostrof hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa *alif*.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'muruna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

#### 8. Penulisan Bahasa Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari

perbendaharaan Bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan Bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Al-Qur'ān*), *alhamdulillah*, dan *munaqasyah*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Syarh al-Arba'in al-Nawāwī*

*Risālah fi Ri'āyah al-Maslahah*

#### 9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dinulla*

بِاللَّهِ : *billah*

Adapun *ta marbuta* diakhir kata yang disandangkan kepada *lafz al-jalālah* ditransliterasikan dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fi rahmatillah*

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All caps*) dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenal ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman Ejaan Bahasa Indonesia (EYD) yang berlaku. Huruf kapital misalnya, digunakan untuk menuliskan

huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama dalam permulaan kalimat.

Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK dan DR).

Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi Al-Qurān*

*Nasir al-Dīn al-Tūsī*

*Nasīr al-Dīn al-Tūsī*

*Nasr Hāmid Abū Zayd*

*Al-Tūfī*

*Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

### Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

AS	= 'Alaihi Al-Salam
BPOM	= Badan Pengawas Obat dan Makanan
BPS	= Badan Pusat Statistic
EYD	= Ejaan Yang Disempurnakan
FEBI	= Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
$H_o$	= Hipotesis Negatif
$H_a$	= Hipotesis Positif
KBBI	= Kamus Besar Bahasa Indonesia
KFC	= <i>Kentucky Fried Chicken</i>
MUI	= Majelis Ulama Indonesia
QS	= Qur'an Surah
RISSC	= <i>Royal Islamic Strategic Studies Centre</i>
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
UMKM	= Usaha Mikro Kecil Menengah
VIF	= <i>Variance Inflation Factor</i>



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR AYAT.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xxiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	10
B. Landasan Teori .....	14
C. Kerangka Pikir.....	26
D. Hipotesis Penelitian.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Jenis Penelitian .....	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
C. Definisi Operasional Variabel .....	30
D. Populasi dan Sampel .....	32
E. Teknik Pengumpulan Data .....	33
F. Instrumen Penelitian .....	34

G. Uji Validitas dan Reabilitas.....	35
H. Teknik Analisis Data.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
B. Hasil Penelitian.....	44
C. Pembahasan .....	53
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>57</b>
A. Simpulan.....	57
B. Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR AYAT

Ayat 2. QS. An-Nisa (16): 114 .....	3
Ayat 1. QS. Al-Baqarah (2): 168 .....	15

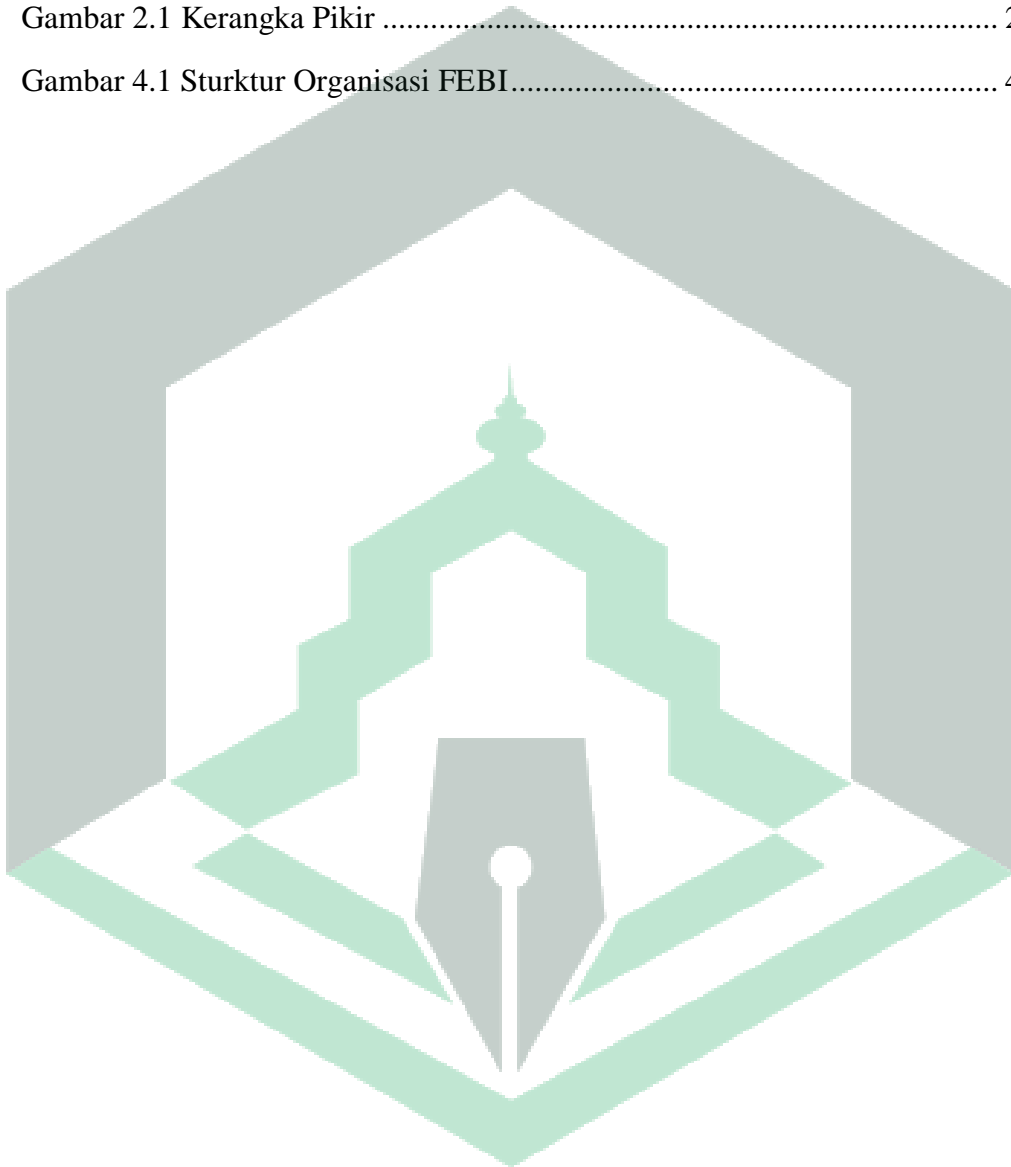


## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Label Halal.....	44
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Pengetahuan Halal .....	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan.....	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas Label Halal .....	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas Pengetahuan Halal.....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Penggunaan .....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas .....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroheksadastisitas .....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji T .....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Kosmetik di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Label Halal MUI.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	27
Gambar 4.1 Sturktur Organisasi FEBI.....	43



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data
- Lampiran 3 Hasil Pengujian
- Lampiran 4 R tabel
- Lampiran 5 T tabel
- Lampiran 6 F tabel
- Lampiran 7 Izin
- Lampiran 8 SK Penguji
- Lampiran 9 Kartu Kontrol
- Lampiran 10 Keterangan MBTA
- Lampiran 11 Keterangan Lunas UKT
- Lampiran 12 Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 13 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 14 Persetujuan Penguji
- Lampiran 15 Nota Dinas Penguji
- Lampiran 16 Buku Kontrol
- Lampiran 17 Sertifikat PBAK
- Lampiran 18 Sertifikat Mahad Al-jamiah
- Lampiran 19 Hasil Turnitin
- Lampiran 20 Nota Dinas Verifikasi
- Lampiran 21 Riwayat Hidup



## ABSTRAK

**Susan, 2023.** "*Pengaruh Label dan Pengetahuan Halal terhadap Keputusan Penggunaan Kosmetik pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah*". Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh ibu Muzayyanah Jabani ST., M.M.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Label dan Pengetahuan Halal terhadap Keputusan Penggunaan Kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh label halal terhadap keputusan penggunaan kosmetik, untuk menguji pengaruh pengetahuan halal terhadap keputusan penggunaan kosmetik, untuk menguji pengaruh label halal dan pengetahuan halal terhadap keputusan penggunaan kosmetik secara simultan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019-2022 sebanyak 627 orang. Pengambilan jumlah sampel dilakukan dengan rumus Slovin dan didapatkan sampel sebanyak 86 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik simple random sampling, dimana populasi diambil secara acak sehingga semua populasi mempunyai peluang dan kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) variabel label halal (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kosmetik (Y) dimana  $t_{hitung} 2,061 > t_{tabel} 1,663$  dan nilai signifikansi  $0,04 < 0,05$ . 2) variabel pengetahuan halal (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kosmetik (Y) dimana nilai  $t_{hitung} 5,257 > t_{tabel} 1,663$  dan nilai signifikan yaitu  $0,00 < 0,05$ . 3) variabel label halal (X1) dan pengetahuan halal (X2) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kosmetik (Y) dimana nilai  $f_{hitung} 152,488 > f_{tabel} 3,11$  dan nilai signifikansinya  $0,00 < 0,05$ . 4) variabel label halal dan pengetahuan halal berkontribusi secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan kosmetik pada mahasiswa manajemen bisnis syariah sebesar 78,6%.

**Kata Kunci:** *Keputusan Penggunaan, Label Halal, Pengetahuan Halal*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis dalam era globalisasi saat ini sangat ketat, setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi segala kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan produk yang berbeda dengan produsen lain, terutama untuk industri kosmetik yang saat ini tengah menjadi tren di era millennial. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) industri kosmetik saat ini tumbuh dan berkembang dengan persentase pertumbuhan 9,61% ditahun 2022.<sup>1</sup> Persaingan yang semakin ketat pada industri kosmetik mewajibkan perusahaan untuk meningkatkan keunggulan produk agar dapat bersaing dengan produsen lain.

Pertumbuhan industri kosmetik dipengaruhi salah satunya oleh jumlah penduduk muslim. Menurut laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)*, populasi muslim di Indonesia tahun 2022 diperkirakan sebanyak 237,56 juta jiwa, yang setara dengan 86,7% populasi dalam negeri.<sup>2</sup> Jumlah tersebut menempatkan Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar didunia, ini merupakan potensi besar bagi para produsen kosmetik untuk memenangkan persaingan agar tidak ditinggalkan oleh konsumen, salah satu hal yang dapat dilakukan oleh produsen yaitu dengan

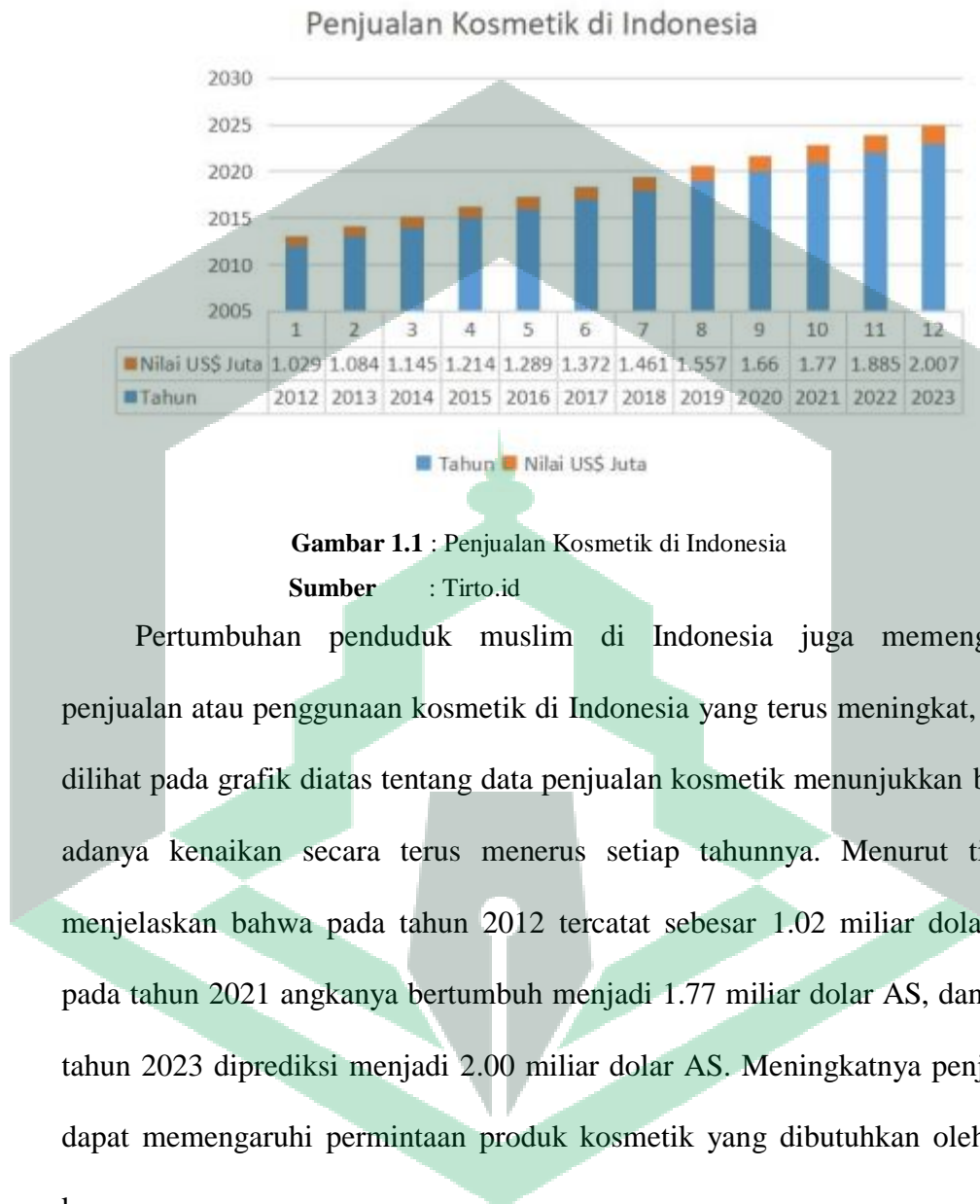
---

<sup>1</sup> Badan Pusat Statistic, "Industri Kosmetika yang Meliputi Farmasi, Kimia, dan Obat-Obatan", 04 November 2022. <https://www.bps.go.id/>

<sup>2</sup> Amman, "The World's 500 Most Influential Muslims" Oktober 2022. <https://rissc.jo/>



memahami dan memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen dengan selalu mengikuti perubahan yang terjadi dikalangan konsumen tersebut.



Pertumbuhan penduduk muslim di Indonesia juga memengaruhi penjualan atau penggunaan kosmetik di Indonesia yang terus meningkat, dapat dilihat pada grafik diatas tentang data penjualan kosmetik menunjukkan bahwa adanya kenaikan secara terus menerus setiap tahunnya. Menurut tirto.id menjelaskan bahwa pada tahun 2012 tercatat sebesar 1.02 miliar dolar AS, pada tahun 2021 angkanya bertumbuh menjadi 1.77 miliar dolar AS, dan pada tahun 2023 diprediksi menjadi 2.00 miliar dolar AS. Meningkatnya penjualan dapat memengaruhi permintaan produk kosmetik yang dibutuhkan oleh para konsumen.

Perubahan yang terjadi dikalangan konsumen sekarang ini salah satunya yaitu pemenuhan kebutuhan akan jaminan halal pada produk kosmetik. Meningkatnya konsumen muslim di Indonesia maka makin meningkat pula permintaan kosmetik yang aman dan halal untuk digunakan. Produk kosmetik

yang memiliki label halal mempunyai daya tarik tersendiri dari konsumen terutama konsumen muslim karena, sebagian dari mereka percaya bahwa dengan mengonsumsi makanan, minuman, obat-obatan, dan kosmetik yang halal akan menjadi berkah dan sehat untuk mereka, seperti yang telah terangkan dalam firman Allah surah An-Nahl (16):114

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ لِيَآئِهِ تَعْبُدُونَ

Terjemahnya :

"Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya menyembah kepadanya"(QS. Surah An-Nahl (16): 114)<sup>3</sup>

Ayat diatas telah jelaskan bahwa Allah memerintahkan kepada kita umat manusia untuk hanya memakan (mengonsumsi) makanan yang halal. Ayat tersebut berlaku tidak terbatas hanya pada makanan, tetapi juga kepada produk lain yang bisa dikonsumsi manusia termasuk kosmetik. Oleh karenanya, setiap konsumen muslim akan lebih cenderung memilih produk yang dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang.

Banyaknya produk kosmetik yang beredar dipasaran dapat memengaruhi minat konsumen terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber, seleksi terhadap

---

<sup>3</sup> Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, "Qur'an An-Nahl (16):114", 2023. <https://quran.kemenag.go.id/>

alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.<sup>4</sup> Saat ini pembelian suatu produk kosmetik bukan lagi untuk memenuhi keinginan saja, tetapi sudah bergeser menjadi kebutuhan para konsumen.

Pengetahuan halal merupakan mengerti tidaknya seorang konsumen muslim tentang apa itu halal, mengetahui bagaimana proses produksi, mengetahui bahan-bahan yang terkandung didalam produk kosmetik yang hendak digunakan, pengetahuan halal yang dimiliki oleh konsumen muslim bisa menjadi peran penting dalam melakukan keputusan pembelian. Pengetahuan halal juga merupakan tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal.

Halal berasal dari bahasa Arab dari kata *halla*, *yahillu*, *hillan* yang berarti membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan, dan membolehkan.<sup>5</sup> Masalah kehalalan produk yang akan dikonsumsi merupakan persoalan yang urgen, sehingga apa yang hendak dikonsumsi itu harus benar-benar halal dan thoyyib atau tidak tercampur sedikitpun oleh barang yang haram. Tidak semua orang dapat mengetahui dengan pasti kehalalan suatu produk, sehingga Lembaga Majelis Ulama Indonesia (MUI) berwenang dalam memberikan sertifikat halal untuk perusahaan yang akan mencantumkan label halal sebagai bukti halal bagi suatu produk.

---

<sup>4</sup> Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2020), 180

<sup>5</sup> Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedia Hukum Islam*, cat. I, (Jakarta: PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 1997), 505



**Gambar 1.2** : Label Halal MUI

**Sumber** : [www.halalmui.org](http://www.halalmui.org)

Sebagai umat muslim kehalalan adalah parameter utama dalam proses pemilihan produk, memastikan kosmetik halal menjadi tanggungjawab bagi setiap muslim. Untuk mempermudah mengetahui kosmetik yang dikonsumsi halal atau tidak dapat dilihat dari label halal yang tercantum pada kemasan kosmetik tersebut. Label halal yang terdapat pada kemasan produk akan mempermudah konsumen dalam mengidentifikasi produk dan juga akan mengurangi keraguan konsumen akan kehalalan produk yang akan dibeli.

Menurut peraturan pemerintahan nomor 69 tahun 1999 tentang label halal dan iklan pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan atau merupakan bagian kemasan pangan. Menurut peraturan pemerintah pasal 10, setiap orang yang memproduksi dan mengemas pangan ke seluruh wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam bertanggungjawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan halal pada kemasannya.

Saat ini ada banyak sekali kosmetik yang beredar dipasaran baik yang aman dikonsumsi maupun yang tidak aman dikonsumsi, dengan demikian konsumen muslim akan dihadapkan pada produk-produk halal yang diwakili dengan label halal yang tertera pada kemasannya dan produk yang tidak mempunyai label halal pada kemasannya sehingga produk tersebut diragukan kehalalannya, maka keputusan untuk mengonsumsi produk kosmetik yang berlabel halal atau tidak sepenuhnya ditangan konsumen. Konsumen yang melakukan keputusan pembelian kosmetik kadang kala tidak selektif dalam memilih dan mempertimbangkan apakah kosmetik tersebut aman atau tidak bagi kesehatan ditambah lagi jika konsumen tersebut dijanjikan khasiat-khasiat yang mudah dan cepat, misalnya seperti dapat memutihkan kulit dalam jangka waktu yang cepat tanpa mengetahui efek samping yang akan ditimbulkan dari penggunaan kosmetik tersebut.

Berdasarkan hasil survei melalui wawancara dengan beberapa orang mahasiswa dikampus yang bernama Eka Saputri, Misna Rais, Devi, Niken, Ibtidah Hidayah. Tiga dari lima orang tersebut mengatakan bahwa alasan utama tertarik membeli kosmetik bukan dilihat dari label halalnya tetapi karena faktor kecocokan produk tersebut untuk kulit mereka, produk tersebut sudah BPOM, produk tersebut merupakan hasil rekomendasi dari kerabat terdekatnya seperti teman dan keluarganya yang mengatakan bahwa kosmetik tersebut sangat bagus kualitasnya dan aman untuk dikonsumsi serta ramah untuk kantong mahasiswa. Kemudian dilansir dari Kompas.com 2 tahun yang lalu BPOM Palopo menyita ribuan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya

seperti *hydrokinon*, merkuri dan kosmetik tersebut sudah kadaluwarsa namun masih diedarkan, hal ini membuktikan bahwa ada begitu banyak kosmetik yang dipasarkan tanpa memperhatikan aman atau tidaknya untuk dikonsumsi.<sup>6</sup>

Untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh label halal dan pengetahuan halal terhadap keputusan penggunaan kosmetik, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah. Penelitian ini didasarkan pada sistem pemakaian kosmetik pada mahasiswa, apakah masih ada diantara mereka yang menggunakan produk kosmetik yang tidak terjamin kehalalannya. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Husain Ismail Yunus menyatakan bahwa label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, penelitian yang dilakukan oleh Suryani menyatakan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian tetapi hubungannya sangat kecil, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sandi menyatakan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari paparan latar belakang masalah diatas dan dari beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian, para konsumen termasuk mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah diharapkan memiliki kepedulian serta pengetahuan yang tinggi dan semakin kritis dalam mencari serta menggali informasi tentang produk yang akan digunakan terkait dengan keamanan dan kehalalan produk. Hal tersebut juga membuat peneliti tertarik

---

<sup>6</sup> Amran Amir, "BPOM Palopo Sita Ribuan Kosmetik Mengandung Bahan Berbahaya dan Kadaluwarsa", 19 Desember 2021. <https://regional.kompas.com/>

untuk melihat bagaimana mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah memperhatikan hal yang hendak dikonsumsi sehingga saya menarik judul

**"Pengaruh Label dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Penggunaan Kosmetik pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah".**

### **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh label halal terhadap keputusan penggunaan kosmetik pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah?
2. Apakah ada pengaruh pengetahuan halal terhadap keputusan penggunaan kosmetik pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah?
3. Apakah ada pengaruh label halal dan pengetahuan halal secara simultan terhadap keputusan penggunaan kosmetik pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan penggunaan kosmetik pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan halal terhadap keputusan penggunaan kosmetik pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah
3. Untuk mengetahui pengaruh label halal dan pengetahuan halal secara simultan terhadap keputusan penggunaan kosmetik pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah

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

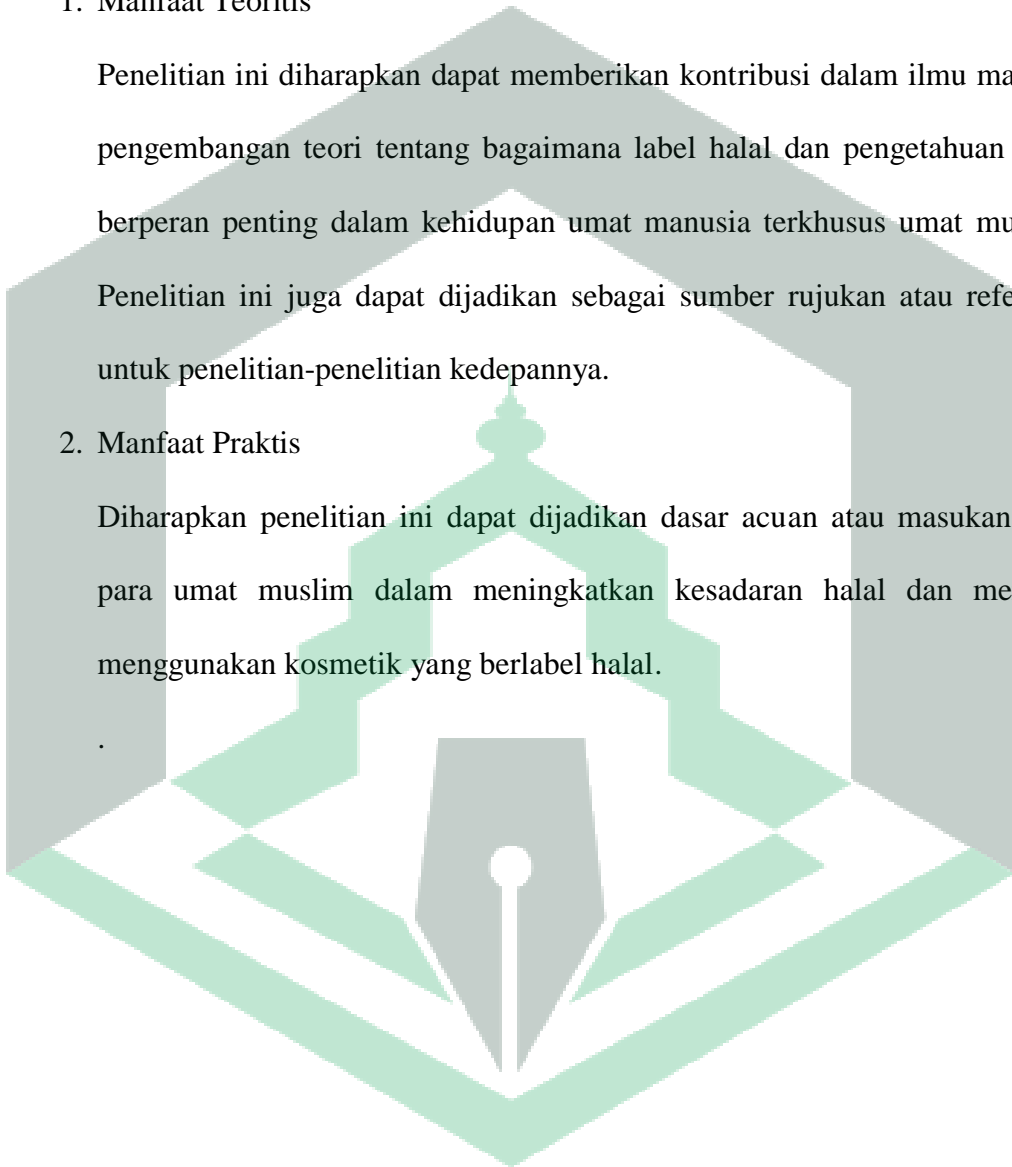
Dengan adanya penelitian ini, saya berharap dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang bersangkutan baik secara teori maupun praktis.

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu maupun pengembangan teori tentang bagaimana label halal dan pengetahuan halal berperan penting dalam kehidupan umat manusia terkhusus umat muslim. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai sumber rujukan atau referensi untuk penelitian-penelitian kedepannya.

##### **2. Manfaat Praktis**

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan dasar acuan atau masukan bagi para umat muslim dalam meningkatkan kesadaran halal dan memilih menggunakan kosmetik yang berlabel halal.





## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Hamdani, Nurma Sari, dan Khairil Umuri pada tahun 2021, dengan judul penelitian "Pengaruh Pengetahuan Halal dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk *Kentucky Fried Chicken* (KFC)". Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengetahuan halal dan sertifikat halal mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen pada KFC di Kota Banda Aceh. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan halal dan sertifikat halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli KFC di Kota Banda Aceh. Jadi, semakin tinggi nilai tingkat pengetahuan halal dan sertifikat halal suatu produk maka akan semakin tinggi pula minat beli konsumen pada KFC di Kota Banda Aceh.<sup>7</sup>

Perbedaan penelitian Ahmad Hamdani, Nurma Sari, dan Khairil dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada populasinya. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Hamdani, Nurma Sari, dan Khairil populasinya merupakan masyarakat kota Banda Aceh usia 15 sampai 50 tahun,

---

<sup>7</sup> Ahmad Hamdani, Nurma Sari, and Khairil Umuri, "Pengaruh Pengetahuan Halal Dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC)," *Al-Buhuts* 17, no. 2 (2021): 198–212

sedangkan populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Aprilia Saniatuzzahroh dan Desi Trisnawati pada tahun 2022 dengan judul "Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, *Brand Image*, dan Religiusitas terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal:Sikap sebagai Variabel Intervening". Penelitian ini tujuannya untuk mengetahui adanya pengaruh pengetahuan produk halal, *brand image*, *religious* terhadap niat membeli produk kosmetik halal dengan sikap sebagai variabel intervening. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk halal dan religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat membeli produk kosmetik halal sedangkan *brand image* dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap.<sup>8</sup>

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Aprilia Saniatuzzahroh dan Desi Trisnawati dengan penelitian ini terletak pada teknik pengambilan sample. Dimana penelitian Ahmad menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *Purposive Sampling* sebagai sarana penarikan sample dengan melihat karakteristik yang disiapkan sebelumnya, sedangkan penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Saleh Sitompul pada tahun 2021 dengan judul "Pengaruh Kesadaran Merek, Pengetahuan Produk, dan Label Halal

---

<sup>8</sup> Aprilia Saniatuzzahroh dan Desi Trisnawati, "Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, *Brand Image*, dan *Religiusitas* terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal:Sikap sebagai Variabel Intervening" *Jurnal Cendekia Ilmiah* 1, No.6 (2022) : 871

Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel, hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, pengetahuan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, label halal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, rekomendasi kelompok berpengaruh negatif dan signifikan memoderasi kesadaran merek terhadap keputusan pembelian, rekomendasi kelompok berpengaruh negatif dan signifikan signifikan memoderasi pengetahuan terhadap keputusan pembelian dan rekomendasi kelompok berpengaruh negatif dan tidak signifikan memoderasi label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Emina di Kota Medan.<sup>9</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Saleh Sitompul menggunakan analisis jalur dengan menggunakan Smart-PLS, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis linear berganda

4. Penelitian yang dilakukan oleh Auliya Walindani Syafitri dan Ari Prasetyo pada tahun 2022 dengan judul "*Influence of Halal Knowledge on the Attitude of Syar'i Fashion Consumers in Surabaya*". Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana hubungan antara pengetahuan halal terhadap sikap konsumen muslim di Surabaya, dan hasil penelitian tersebut

---

<sup>9</sup> Saleh Sitompul, "Pengaruh Kesadaran Merek, Pengetahuan Produk, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating", *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* 7, No.1 (1 februari 2021): 51

menunjukkan bahwa variabel pengetahuan halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen fashion syar'i di Surabaya.<sup>10</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Auliya Walidani Syafitri dan Ari Prasetyo menggunakan rumus Hair untuk menentukan sampel yaitu dengan mengandakan minimal 10 dari total variabel bebas dan terikat, sedangkan penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk menentukan besaran sampel.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Munir, Khoirul Hidayat, Muhammad Fakhry, M Fuad Fauzul Mu'tamar pada tahun 2019 dengan judul "Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (*Halal Awareness*) dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan halal, kesadaran halal (*halal awareness*) dan label halal terhadap keputusan pembelian produk jamu Madura dan hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jamu Madura, kesadaran halal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk jamu Madura dan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jamu Madura, kemudian pengetahuan

---

<sup>10</sup> Auliya Walidani Syafitri dan Ari Prasetyo, "The Influence of Halal Knowledge on the Attitude of Syar'i Fashion Consumers in Surabaya", *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 9, No. 2 (Maret 2022): 204

halal, kesadaran halal dan label halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jamu Madura.<sup>11</sup>

Perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi penelitiannya, dimana penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Munir dkk berlokasi di Madura sedangkan lokasi penelitian ini di Palopo, penelitian Munir dkk juga membahas tentang keputusan pembelian jamu sedangkan penelitian ini membahas tentang keputusan penggunaan kosmetik.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Label Halal**

Halal berasal dari bahasa Arab dari kata *halla*, *yahillu*, *hillan* yang berarti membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan, dan membolehkan.<sup>12</sup> Sedangkan secara istilah halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya.<sup>13</sup>

Pengertian Halal menurut Departemen Agama yang dimuat dalam Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 518 Tahun 2001 tentang Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal adalah tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam. Pemeriksaan pangan halal adalah

---

<sup>11</sup> Muhammad Munir, Khoiril Hidayat, Muhammad Fakhry, M Fuad Fauzul Mu'tamar, "Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (Halal Awareness), dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura", *Agroindustrial Technology Journal* 03, No.2 (2019): 97

<sup>12</sup> Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedia Hukum Islam*, cat. I, (Jakarta: PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 1997), 505

<sup>13</sup> Aisjah Girindra, *LP POM MUI Sejarah Sertifikasi Halal*, (Jakarta: LP POM, 1998), 20

pemeriksaan tentang keadaan dan tambahan dan bahan penolong serta proses produksi, personalia dan peralatan produksi, sistem manajemen halal dan hal-hal lain yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan kegiatan produksi pangan halal.<sup>14</sup>

Halal adalah segala sesuatu yang diperbolehkan untuk dikonsumsi, terutama dalam hal makanan dan minuman, seperti yang telah di terangkan dalam firman Allah swt surah al-baqarah (2):168

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

Terjemahnya:

"Wahai manusia! makanlah dari (makanan) yang halal lagi baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. sungguh setan itu adalah musuh yang nyata bagimu"(QS. Surah Al-Baqarah (2):168)<sup>15</sup>

Ayat di atas telah diterangkan bahwa orang-orang Islam dianjurkan untuk makan-makanan yang halal dan baik. Makanan yang halal dan baik disini adalah makanan yang di perbolehkan, syarat baik dari segi zatnya, cara memperolehnya dan cara mengolahnya. Adapun makanan yang baik adalah makanan yang baik bagi kesehatannya dan tidak membahayakan dirinya. Sedangkan haram adalah segala sesuatu yang dilarang oleh syariat untuk dikonsumsi, dan apabila tetap dikonsumsi akan mendapatkan dosa, kecuali dalam keadaan mendesak, serta banyak sekali madratnya dari pada hikmahnya.

<sup>14</sup> Menteri Agama R.I., "Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan Penetapan Pangan Halal", (Jakarta 2001)

<sup>15</sup> Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, "Qur'an Al-Baqarah (2):168", 2023. <https://quran.kemenag.go.id/>

Menurut Ustadz Amin dalam Fasiha menjelaskan bahwa sebagai konsumen muslim harus memiliki pemahaman dan kesadaran untuk memastikan percampuran bahan baku yang digunakan serta alat kehalalan produk yang dikonsumsi atau digunakan.<sup>16</sup>

Produk halal yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam yaitu :

- 1) Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi
- 2) Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan yang berasal dari organ tubuh manusia, darah, kotoran, dll
- 3) Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam
- 4) Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, tempat pengolahan, pengelolaan, dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi, jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam
- 5) Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamr.<sup>17</sup>

Produk yang mempunyai label halal bukan hanya dinyatakan halal secara syari namun yang telah mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia. Produk yang telah mendapatkan sertifikat halal dari MUI dikenali dengan adanya logo halal pada kemasan produk tersebut. Berikut gambar logo halal dari MUI.

---

<sup>16</sup> Fasiha, "Halal Labelisation of Haram Food in Makale Toraja", (Palopo: IAIN Palopo, 2020)

<sup>17</sup> Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal* (Malang: Uin Maliki Press, 2017), 140



**Gambar 2.2** : Label Halal MUI

**Sumber** : [www.halalmui.org](http://www.halalmui.org)

Penggunaan label halal pada produk bertujuan untuk membedakan antara produk halal dan tidak halal. label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus produk halal. dengan adanya logo halal dari MUI yang dicantumkan pada kemasan, maka sudah dipastikan produk tersebut halal dan aman dari unsur haram.<sup>18</sup>

Label halal adalah perizinan pemasangan kata halal bertuliskan arab yang terdapat pada kemasan produk perusahaan yang sudah mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk yang dikeluarkan oleh BPOM didasarkan dari rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikat halal.<sup>19</sup> Pelabelan adalah salah satu strategi pemilik warung untuk menarik konsumen, karena pelabelan merupakan salah satu bentuk peningkatan citra produk dan promosi.<sup>20</sup>

<sup>18</sup> IHATEC, "Penjelasan Tentang Label Halal" Desember 2022. <https://ihatec.com>

<sup>19</sup> Ma'ruf Amin dkk, *Himpunan Fatwa MUI Bidang POM dan IPTEK* (Jakarta: Erlangga, 2020), 17

<sup>20</sup> Fasiha, "Halal Labelisation of Haram Food in Makale Toraja", (Palopo: IAIN Palopo, 2020)



Keputusan Menteri dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengenai beberapa hal yang terkandung:

- 1) Nama produk
- 2) Daftar bahan yang digunakan
- 3) Berat bersih atau isi bersih
- 4) Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan kedalam wilayah Indonesia
- 5) Keterangan tentang halal
- 6) Tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa.<sup>21</sup>

Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah lembaga yang mengeluarkan label halal yang di bantu oleh LP POM MUI. MUI mengeluarkan Fatwa No. 01 Tahun 2011 tentang Penetapan Produk Halal. Komisi Fatwa MUI dalam rapat Komisi dengan LP POM MUI, setelah menimbang, mengingat, memperhatikan, dan memutuskan. Bahwa makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan lain-lain yang akan dikonsumsi atau dipergunakan oleh umat Islam wajib diperhatikan dan diyakini kehalalannya dan kesuciannya.<sup>22</sup>

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999, Pasal 1 Ayat 3 tentang label halal dan iklan pangan, label halal adalah keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau dalam bentuk lain yang ada dalam pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian dari kemasan pangan. Label halal sebagai logo atau

---

<sup>21</sup> JDIH BPK RI, "Penetapan Produk Halal", 10 Maret 2023 <https://peraturan.bpk.go.id/>

<sup>22</sup> Ma'ruf Amin, *Himpunan Fatwa MUI Sejak 19*, (Jakarta: Erlangga, 2018), 669

tanda bahwa bahan yang terkandung sudah halal setelah diuji kehalalan oleh LPPOM MUI.<sup>23</sup>

Menurut Ma'ruf Amin (2020), yang menjadi indikator atau alat ukur mengenai label halal, sebagai berikut:

- a) Gambar
- b) Tulisan
- c) Kombinasi gambar dan tulisan
- d) Menempel pada kemasan.<sup>24</sup>

## 2. Pengetahuan Halal

Pengetahuan adalah informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pengetahuan adalah berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal, pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan akal budinya untuk mengenali benda atau kejadian tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya.<sup>25</sup>

Pengetahuan berarti keahlian dan kemampuan yang diperoleh seseorang atau kelompok melalui suatu pemahaman teori maupun praktek suatu subjek.

Pengetahuan dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

### a. Pengetahuan objektif

Pengetahuan objektif seperti informasi yang akurat tentang produk yang tersimpan didalam ingatan jangka panjang konsumen.

---

<sup>23</sup> JDIH BPK RI, "Label Halal dan Iklan Pangan", 10 Maret 2023. <https://peraturan.bpk.go.id/>

<sup>24</sup> Ma'ruf Amin dkk, "Himpunan Fatwa MUI Bidang POM dan IPTEK (Jakarta: Erlangga, 2020) 17

<sup>25</sup> Wikipedia, "Pengetahuan", 10 Februari 2023. <https://id.wikipedia.org/wiki/>

## b. Pengetahuan subjektif

Pengetahuan subjektif seperti persepsi seseorang terhadap apa atau bagaimana mereka mengetahui suatu produk yang hanya didasarkan pada interpretasi subjektif mereka.<sup>26</sup>

Menurut Dewi Nabila Achmad pengetahuan halal adalah serangkaian kemampuan yang diperoleh individu berdasarkan pemahaman terhadap teori dan praktik kehalalan suatu objek sesuai prinsip syariah. Yang menjadi sebuah indikator atau dimensi mengenai pengetahuan halal, sebagai berikut:

- 1) Kesadaran
- 2) Pengetahuan
- 3) Sikap.<sup>27</sup>

Menurut Shaari dan Arifin menyatakan bahwa pengetahuan halal adalah tingkat pemahaman umat muslim dalam mengetahui isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal. Pengetahuan tersebut termasuk memahami apa yang sah dan bagaimana proses produksi suatu produk menurut standar halal Islam. Pengetahuan konsumen akan produk halal merupakan level atau tingkatan dalam mengetahui dan memahami konsep halal seperti bagaimana hukum mengonsumsi produk yang haram, prosedur dan proses pembuatan produk halal berdasarkan hukum dan syariat Islam.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> Novita Kusuma Maharani dan Ani Silvia, "Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap niat pembelian produk kosmetik halal", *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam* 3, No.1 (Juni 2019) 84

<sup>27</sup> Dewi Nabila Achmad, "Pengaruh Knowledge, Islamic Religiosity, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Surabaya", *Journal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4, No.3 (2021) 209.

<sup>28</sup> Shaari, J. A. N. dan Arifin, N.S., "Dimensi of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study", *Internasional Review of Bussiness Research* 6, No.4 (2020) 444

### 3. Keputusan Penggunaan Kosmetik

Landasan teori variabel keputusan penggunaan pada penelitian ini diekuivalenkan dengan teori mengenai keputusan pembelian. Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah sehingga terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi, itulah selanjutnya yang dipakai dan digunakan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan.<sup>29</sup>

Philip Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa keputusan penggunaan adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.<sup>30</sup> Adapun yang menjadi indikator atau alat ukur untuk keputusan penggunaan kosmetik, sebagai berikut:

- a. Kemampuan membeli setelah mengetahui informasi produk
- b. Memutuskan membeli karena merek yang disukai
- c. Membeli karena sesuai dengan keinginan atau kebutuhan
- d. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.<sup>31</sup>

Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan:

---

<sup>29</sup> Irhan Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018), 2

<sup>30</sup> Philip Kotler & Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2020), 180

<sup>31</sup> Philip Kotler & Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2019), 162

### 1) Kebudayaan

Kebudayaan dalam suatu masyarakat sangat memengaruhi keputusan pembelian suatu produk atau jasa. Kebudayaan negara maju tentu berbeda dengan negara yang sedang berkembang hal ini yang memengaruhi pola konsumsi setiap masyarakat.

### 2) Kelas sosial

Setiap masyarakat dalam suatu negara terdiri dari beberapa kelas sosial, ada yang membagi masyarakat tersebut berdasarkan penghasilan, perumahan, dan lokasi tempat tinggal.

### 3) Kelompok Referensi

Setiap kelompok masyarakat pembeli seorang atau beberapa orang yang disebut pelopor opini (*opinion leader*) yang dianggap sebagai referensi berkonsumsi sekelompok masyarakat.

### 4) Keluarga

Keluarga ikut juga memengaruhi perilaku pembelian, setiap anggota keluarga seperti ayah, ibu, kakak, adik masing-masing memiliki peranan yang berbeda dalam memutuskan pembelian produk tertentu.

### 5) Pengalaman

Pengalaman dapat memengaruhi pribadinya dalam menggunakan produk itu kembali apabila sebelumnya mereka merasa puas saat mengonsumsi produk tersebut.

## 6) Kepercayaan dan sikap

kepercayaan dan sikap menjadi salah satu penentu dalam keputusan pembelian karena apabila konsumen sudah percaya terhadap suatu produk maka besar kemungkinan mereka akan mencari dan menggunakan produk itu kembali.<sup>32</sup>

Menurut Kotler dan Amstrong, penjelasan tahapan proses keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

### a) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai saat pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dan sejumlah keadaan yang diinginkan. Kebutuhan ini disebabkan karena adanya rangsangan internal maupun eksternal.

### b) Pencarian Informasi

Konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan akan terdorong untuk mencari informasi produk. Sumber informasi konsumen digolongkan kedalam empat kelompok yaitu:

- (1) Sumber pribadi seperti keluarga, teman, kerabat, tetangga
- (2) Sumber komersil seperti iklan, penjual, pengecer, pajangan ditoko
- (3) Sumber publik seperti media massa, organisasi pemberi peringkat
- (4) Sumber pengalaman seperti penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk

---

<sup>32</sup> Sonny Koeswara, *Pemasaran Industri Marketing*, (Jakarta: Perpustakaan Nasional, 2007), 79-83

### c) Evaluasi Alternatif

Setelah pencarian informasi, konsumen akan menghadapi sejumlah pilihan mengenai produk yang sejenis. Pemilihan alternatif ini melalui beberapa tahap suatu proses evaluasi tertentu, sejumlah konsep dasar akan membantu memahami proses ini.

### d) Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi konsumen membentuk referensi antar merek dalam kumpulan pilihan, konsumen juga membentuk maksud untuk membeli merek yang disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan yaitu: merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran.

### e) Perilaku Pasca Pembelian

Kepuasan merupakan fungsi kedekatan antara gerapan dan kinerja anggapan produk. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, konsumen kecewa, jika memenuhi harapan maka konsumen puas.<sup>33</sup>

Menurut istana umkm menjelaskan bahwa kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar, gigi, dan membranmukosa mulut untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan memperbaiki bau badan, melindungi serta memelihara tubuh pada kondisi baik.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Philip Kotler dan Armstrong, "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*" (Jakarta : Erlangga 2019)

<sup>34</sup> Istana UMKM, "Definisi Kosmetika" 03 April 2022. <https://istanaumkm.pom.go.id/>

Kosmetik saat ini telah menjadi salah satu kebutuhan manusia pada umumnya, maka kosmetik yang akan digunakan oleh umat muslim wajib memperhatikan kehalalan dan kesucian kosmetik tersebut. Kosmetik merupakan produk yang telah banyak sekali melewati proses olahan jadi sering sekali diragukan kehalalannya, dengan begitu produk-produk kosmetik yang akan dipasarkan harus dilakukan pemeriksaan dan penelitian terlebih dahulu oleh pihak yang berwenang sebelum kosmetik tersebut diberikan kewenangan untuk ditempelkan label halal.

Konsumen muslim yang akan melakukan pembelian kosmetik diharapkan teliti sebelum melakukan keputusan pembelian karena ada beberapa bahan-bahan yang terkandung dalam kosmetik yang secara klinis memberikan dampak yang baik bagi tubuh namun menurut syari bahan tersebut haram untuk dikonsumsi, seperti:

(a) Plasenta

Plasenta adalah salah satu organ yang ikut berkembang dalam uterus pada saat perkembangan janin. Plasenta berfungsi sebagai penghubung atau saluran nutrisi dari ibu ke bayinya karena itu plasenta kaya akan nutrisi, plasenta yang digunakan dalam kosmetik umumnya diambil dari manusia dan hewan seperti sapi, kambing, dan babi. Penambahan plasenta pada kosmetik berfungsi untuk meremajakan kulit, mencegah penuaan, menghilangkan kerut, juga menghaluskan kulit. Plasenta ini ditambahkan pada produk seperti *cream* wajah, *cream* pemutih, dan *hand body lotion*.



(b) Cairan Ambion

Amnion disebut juga dengan air ketuban, yaitu cairan yang melindungi janin di dalam kandungan. Amnion berfungsi melindungi janin dari benturan fisik dan sebagai pelicin (*lubricant*) yang memudahkan janin keluar pada saat dilahirkan. Amnion pada produk kosmetik biasanya diambil amnion dari uterus hewan seperti sapi dan babi. Sebenarnya penambahan amnion ini pada produk kosmetik hampir serupa manfaatnya dengan plasenta yaitu menghaluskan kulit, disamping itu juga berfungsi melembapkan dan melembutkan kulit. Produk-produk yang biasa memakai amnion seperti pelembap, rambut, sampo, serta perawatan kulit dan kepala.

(c) Gliserin

Gliserin adalah senyawa turunan lemak, yaitu hasil sampingan dari pembuatan sabun. Penambahan senyawa gliserin pada kosmetik bermanfaat untuk membantu dalam melembapkan, menghaluskan, dan melembutkan kulit. Biasanya ditemukan pada produk *hand and body lotion*, sabun mandi, *cream*, *lipstik*, *lip gloss*, dan lain-lain.<sup>35</sup>

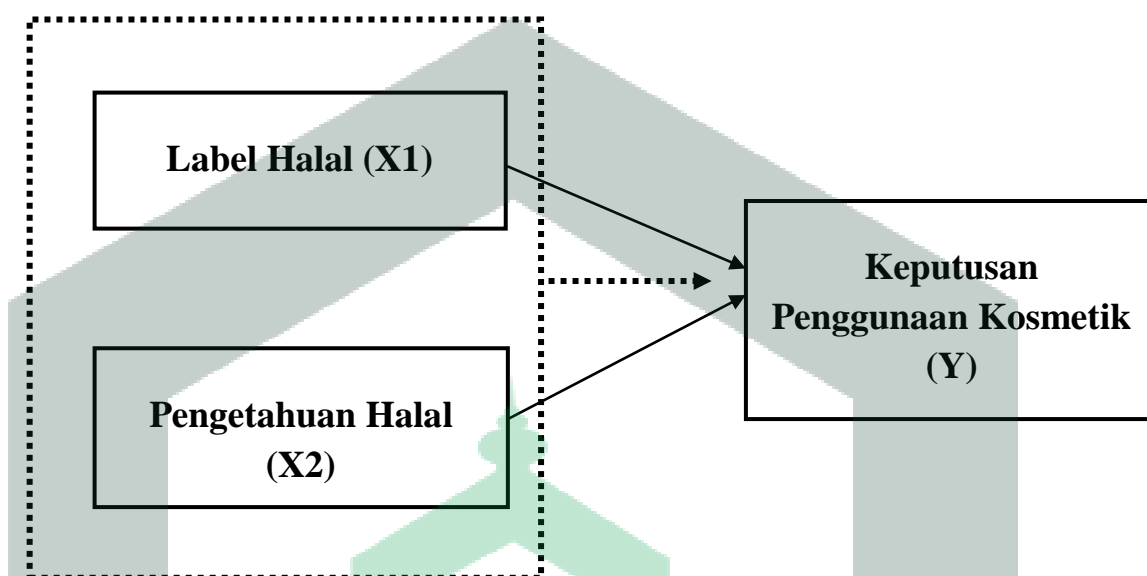
### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan alat dalam menganalisis suatu konsep penelitian. Berdasarkan tinjauan penelitian terdahulu, kajian teori, dan permasalahan yang telah dipaparkan, maka kerangka pikir penelitian ini

---

<sup>35</sup> Lesnida, Penggunaan Kosmetik Berbahaya dalam Perspektif Hukum Islam, *Al-Fikru : Jurnal Ilmiah* 15, No.1 (2021) 62

digambarkan pengaruh antara variabel independen yaitu label halal (X1) dan pengetahuan halal (X2) terhadap keputusan penggunaan kosmetik (Y) sebagai variabel dependen.



Gambar 2.1 : Kerangka pikir

#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.<sup>36</sup> Untuk mengarahkan pembahasan ini penulis membuat hipotesis sebagai berikut :

$H_0$  :Variabel label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kosmetik

$H_1$  :Variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kosmetik

<sup>36</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung:Alfabet 2019), 96

$H_0$  :Variabel pengetahuan halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kosmetik

$H_2$  :Variabel pengetahuan halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kosmetik

$H_0$  :Variabel label halal dan pengetahuan halal tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan kosmetik

$H_3$  :Variabel label halal dan pengetahuan halal berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan kosmetik.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>37</sup>

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan Institut Agama Islam Negeri Palopo waktu penelitiannya dimulai bulan Februari. Penulis memilih lokasi ini selain karena merupakan kampus Islam yang sangat memperhatikan kehahalan setiap produk yang dikonsumsi, juga karena mahasiswanya merupakan generasi milenials yang selalu membutuhkan kosmetik dan sudah menganggap kosmetik adalah kebutuhan primer mereka.

---

<sup>37</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta 2018), 13

### C. Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.1** Definisi Operasional Tabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Label Halal	Label halal adalah perizinan pemasangan kata halal bertuliskan Ma'ruf Amin, arab yang terdapat pada kemasan produk perusahaan yang sudah mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk yang dikeluarkan oleh BPOM didasarkan dari rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikat halal. <sup>38</sup>	1. gambar 2. Tulisan 3. Kombinasi gambar dan tulisan 4. Menempel pada kemasan <sup>39</sup>
2.	Pengetahuan Halal	Pengetahuan halal adalah serangkaian kemampuan yang diperoleh individu berdasarkan pemahaman terhadap teori dan praktik kehalalan suatu objek	1. Kesadaran 2. Pengetahuan 3. Sikap. <sup>41</sup>

<sup>38</sup> Ma'ruf Amin dkk, *Himpunan Fatwa MUI Bidang POM dan IPTEK* (Jakarta: Erlangga, 2020), 17

<sup>39</sup> Didik Gunawan et al., *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*, (Sumatera Utara: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), 18

<sup>41</sup> Golnaz, R., Zainal Abidin, M., Nasir, M., & Chiew, "Awareness of Halal Principles and Related Food Products in Malaysia", *Internasional Food Research Journal* 17, No.2 (2019) 218

sesuai prinsip syariah.<sup>40</sup>

3 Keputusan Suatu proses penyelesaian 1.Kemantapan  
 Penggunaan masalah yang terdiri dari membeli setelah  
 Kosmetik menganalisa kebutuhan dan mengetahui  
 menurut Philip keinginan informasi, pencarian informasi produk  
 Kotler & informasi, penilaian 2.memutuskan  
 Amstrong sumber sumber seleksi terhadap membeli karena  
 altrnatif pembelian, keputusan merek yang disukai  
 pembelian, dan perilaku setelah 3.membeli karena  
 pembelian.<sup>42</sup> sesuai dengan  
 keinginan dan  
 kebutuhan  
 4.membeli karena  
 mendapat  
 rekomendasi dari  
 orang lain.<sup>43</sup>

<sup>40</sup> Dewi Nabila Achmad, "Pengaruh Knowledge, Islamic Religiosity, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Surabaya", *Journal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4, No.3 (2021) 219

<sup>42</sup> Philip Kotler & Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2020), 180

<sup>43</sup> Philip Kotler & Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2019), 162

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sebagai bahan penarikan kesimpulan.<sup>44</sup> Dalam penelitian ini populasinya adalah mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019 sebanyak 208 orang, angkatan 2020 sebanyak 211 orang, angkatan 2021 sebanyak 93 orang, dan angkatan 2022 sebanyak 115 orang. Jadi, total mahasiswa yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini sebanyak 627 orang.<sup>45</sup>

### 2. Sampel Penelitian

Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>46</sup> Dalam penelitian banyak kasus yang tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu harus membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sample. Metode untuk pengambilan sampel yang digunakan yaitu *probability sampling* atau metode yang memberikan peluang yang sama bagi populasi untuk dijadikan sampel. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak (*simple random sampling*).

---

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung:Alfabet 2019), 80

<sup>45</sup> Febi.iainpalopo, "Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam", Februari 2023 <http://febi.iainpalopo.ac.id/data-mahasiswa/>

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung:Alfabet 2019), 81

Untuk mengukur besaran sample yang akan diteliti maka peneliti menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah Sample

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan

$$n = \frac{627}{1 + 627 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{627}{1 + 627 (0,01)}$$

$$n = \frac{627}{1 + 6,27}$$

$$n = \frac{627}{7,27}$$

$$n = 86$$

Berdasarkan perhitungan diatas menyatakan sample sebanyak 86 dari 627 Populasi. Jadi, sample dalam penelitian ini adalah sebanyak 86 responden.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah metode kuesioner (angket). Teknik yang dilakukan adalah dengan menyebarkan kuesioner dengan mengajukan beberapa pernyataan dan



pertanyaan mengenai hal yang bersangkutan dengan masalah yang akan diteliti.

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ialah alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Pada penelitian ini menggunakan instrumen atau alat ukur berupa angket atau kuesioner yang berisi pertanyaan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Skala *likert* didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek akan setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan dengan skala 1-5 titik dengan panduan sebagai berikut :<sup>47</sup>

Sangat tidak setuju	: Skor 1
Tidak setuju	: Skor 2
Kurang setuju	: Skor 3
Setuju	: Skor 4
Sangat Setuju	: Skor 5

---

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 93-

## G. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas merupakan seberapa jauh instrumen itu benar-benar mengukur apa (objek) yang akan hendak diukur, artinya apabila seseorang hendak mengukur kemampuan mahasiswa dalam ilmu pemerintahan maka materi yang diujikan hendaknya berfokus pada materi pemerintahan. Makin tinggi validitas suatu instrumen, maka makin baik instrumen itu untuk digunakan.<sup>48</sup> Uji validitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai *correlated item-total correlations* ( $r$  hitung), jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan atau pertanyaan dapat dikatakan valid.<sup>49</sup>

### 2. Uji Realibilitas

Uji Realibilitas merupakan konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda.<sup>50</sup> Uji realibilitas dapat dilakukan dengan menggunakan indikator *cronbach alpha*, semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, maka semakin tinggi realibilitas konsistensi internal. Secara umum, realibilitas kurang dari 0,60 dianggap buruk, realibilitas dalam kisaran 0,70 dapat diterima, dan realibilitas yang melebihi 0,80 adalah baik. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .<sup>51</sup>

---

<sup>48</sup> Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 234

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2019), 121

<sup>50</sup> Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 242

<sup>51</sup> Uma Sekarang dan Roger Bogue, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, (Jakarta: Salemba 4, 2020), 115

## H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik pengelolaan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 25 *for Windows*.

### 1. Statistik Inferensial

Statistik inferensial sering juga disebut sebagai statistik induktif atau probabilitas adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi.<sup>52</sup>

### 2. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi secara normal. Jika nilai sig > 0,05 maka variabel berdistribusi normal.<sup>53</sup>

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi tinggi antara variabel bebas.

Cara mengetahui ada tidaknya multikolinearitas pada suatu model regresi adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF (*Variance inflation factor*).

1) Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas.

---

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2018), 207

<sup>53</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariabel dengan Program IBM SPSS*, Edisi 8, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 129

2) Jika nilai tolerance < 0,10 dan VIF >10, maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinearitas.<sup>54</sup>

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel yang dioperasikan sudah mempunyai varian yang sama (homogen).

Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji park, uji glejser, dan grafik plot. Jika nilai sig > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>55</sup>

3. Analisis regresi linear berganda

Regresi berganda adalah hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen dengan tujuan untuk memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.

Regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (label halal (X1), pengetahuan halal (X2)) terhadap variabel dependen (keputusan penggunaan kosmetik (Y)) secara bersama-sama. Model regresi linear berganda pada penelitian ini disampaikan dengan rumus :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

<sup>54</sup> Anak Agung & Anik Yuesti Putu Agung, *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif* (Bali: CV Noah Aletheia, 2019).

<sup>55</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariabel dengan Program IBM SPSS, Edisi 8*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 134

Keterangan :

Y = keputusan penggunaan kosmetik

a = konstanta

$b_1$  = koefisien regresi

$b_2$  = koefisien regresi

$X_1$  = label halal

$X_2$  = pengetahuan halal.<sup>56</sup>

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Signifikan individual (uji-t)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna untuk menunjukkan pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Jika signifikansi t hitung lebih besar dari  $\alpha$  maka  $H_0$  diterima, artinya variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan jika signifikansinya lebih kecil dari  $\alpha$  maka  $H_0$  ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Edy Supriyadi, *SPSS + Amos*. (Jakarta: In Media, 2018), 66

<sup>57</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariabel dengan Program IBM SPSS, Edisi 8*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 136

### b. Uji F-Statistik

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Menentukan kriteria uji hipotesis dapat diukur dengan syarat sebagai berikut:

#### 1) Membandingkan $t$ hitung dengan $t$ tabel

- a) Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka hipotesis diterima. Artinya variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- b) Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka hipotesis ditolak. Artinya variabel independen secara bersama-sama tidak memengaruhi variabel dependen secara simultan.

#### 2) Melihat probabilitas value

Berdasarkan nilai probabilitas dengan alfa = 0,05

- a) Jika probabilitas  $>0,05$  maka hipotesis ditolak
- b) Jika probabilitas  $<0,05$  maka hipotesis diterima

### 5. Koefisien determinasi (uji-R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi R<sup>2</sup> digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel model *Summary* dan tertulis *R Square*.

Nilai  $R^2 = 1$  menunjukkan fluktuasi variabel dependen seluruhnya dapat dijelaskan oleh variabel dan tidak ada faktor lain yang menyebabkan fluktuasi variabel dependen. Jika nilai R<sup>2</sup> berkisar antara 0 sampai 1, maka semakin kuat

kemampuan variabel independen dapat menjelaskan fluktuasi variabel dependen.<sup>58</sup>



---

<sup>58</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariabel dengan Program IBM SPSS, Edisi 8*, (Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 138-141

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Deskripsi Lokasi Penelitian

###### a. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terbentuk pada tahun 2015 yang sebelumnya fakultas ini adalah salah satu program studi pada Fakultas Syariah STAIN Palopo yakni program studi ekonomi dan bisnis Islam memiliki akreditasi C sedangkan program studi Ekonomi Syariah berakreditasi A dan Perbankan Syariah berakreditasi C. Penyelenggaraan kegiatan akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pertama kali dilaksanakan pada bulan April 2014 berdasarkan Surat Keputusan Pendirian Nomor 11 Tahun 2014.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari tahun ketahun semakin meningkat dimana pada tahun 2017 fakultas ini membuka program studi baru yaitu Manajemen Bisnis Syariah. Dan pada saat ini, di tahun 2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berhasil meraih akreditasi B dan membuka program studi baru yaitu Akuntansi Syariah.

###### b. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo Visi

Unggul dalam transformasi keilmuan ekonomi dan bisnis Islam yang berciri kearifan lokal dikawasan Timur Indonesia pada tahun 2025.



### Misi

- 1) Menyelenggarakan kegiatan tridarma perguruan tinggi berbasis ekonomi Islam dengan merefleksikan integrasi keilmuan yang bermutu
- 2) Meningkatkan koordinasi dan kerjasama antara lembaga internal dan eksternal untuk penguatan kelembagaan
- 3) Mengembangkan dan menyebarkan praktik keilmuan ekonomi dan bisnis Islam dengan jiwa interpreneur

### c. Visi dan Misi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

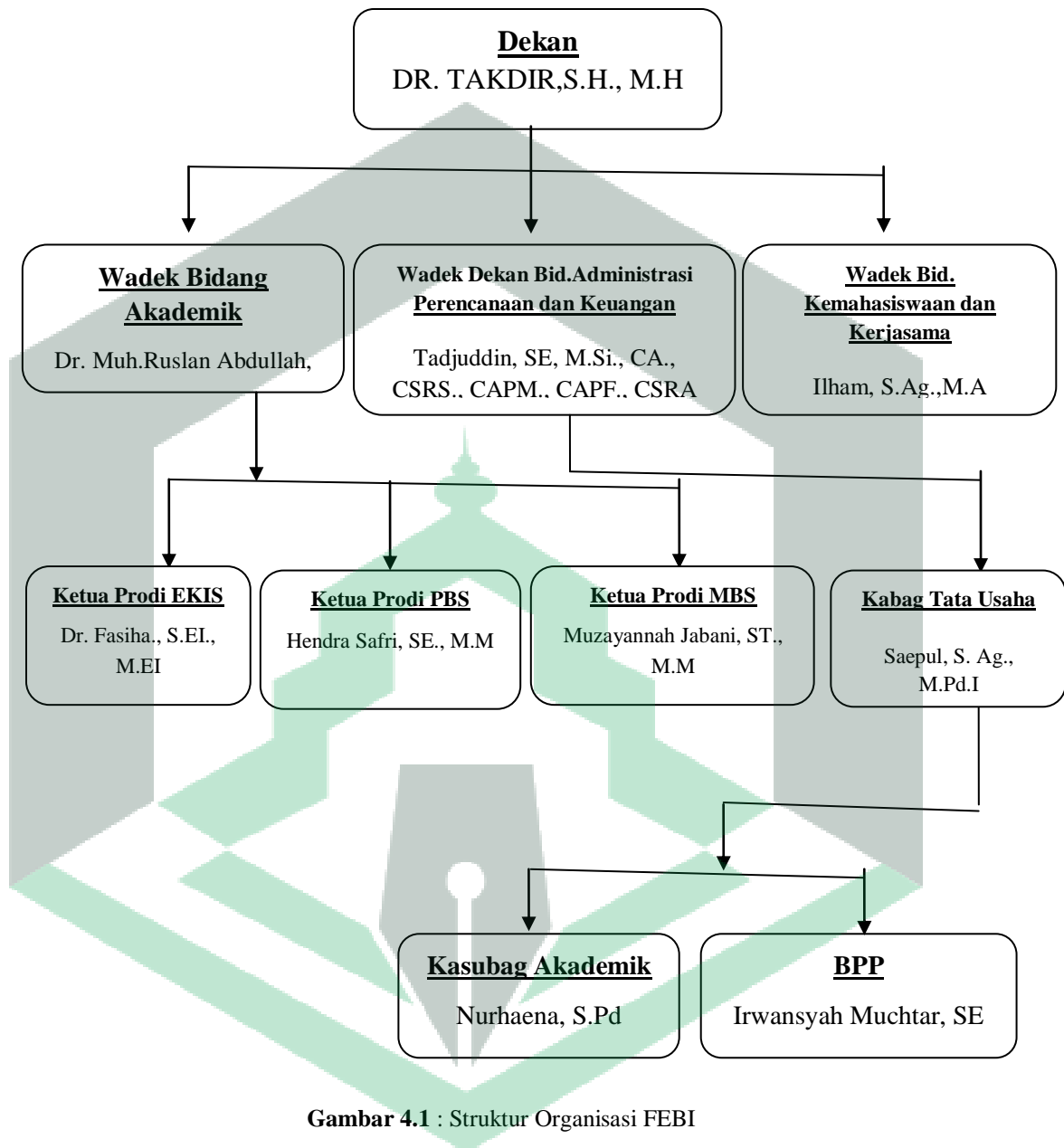
#### Visi

Unggul dalam aplikasi dan riset Manajemen Bisnis Syariah menuju syar'i interpreneur sebagai pejuang peradaban

#### Misi

- 1) Menyelenggarakan dan mengembangkan pendidikan manajemen bisnis syariah yang memiliki standar mutu nasional
- 2) Menyelenggarakan penelitian dan ilmu manajemen bisnis berbasis syariah yang berkontribusi pada keilmuan dan aplikasi
- 3) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat dalam bidang manajemen dan bisnis syariah yang berorientasi pada pengembangan UMKM
- 4) Menyelenggarakan pengelolaan program studi menuju terciptanya *good university govermance*

## d. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Gambar 4.1 : Struktur Organisasi FEBI

#### e. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini responden yang diambil sampel adalah mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah yang berjumlah 86 orang. Beberapa mahasiswa dipilih menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu angkatan 2019, 2020, 2021, 2022 yang menggunakan kosmetik. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *metode simple random sampling* dan menggunakan rumus slovin untuk perhitungannya.

### B. Hasil Penelitian

#### 1. Uji Kualitas Data

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat keandalan atau kesahihan kuesioner. Jika kuesioner valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mengukur uji validitas ini yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir setiap pernyataan pada kuesioner tersebut dapat dikatakan valid.

##### 1) Uji Validitas Label Halal (X1)

Tabel 4.1 Hasil Pengujian Uji Validitas Label Halal (X1)

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,710	0,212	Valid
2	0,775	0,212	Valid
3	0,810	0,212	Valid
4	0,681	0,212	Valid

5	0,863	0,212	Valid
6	0,752	0,212	Valid
7	0,765	0,212	Valid
8	0,809	0,212	Valid
9	0,811	0,212	Valid
10	0,661	0,212	Valid
11	0,871	0,212	Valid

Sumber : Output IBM SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, setiap item pernyataan menghasilkan koefisien korelasi yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,212. Artinya instrumen penelitian untuk Label Halal (X1) dinilai dari semua butir pernyataan dinyatakan valid.

## 2) Uji Validitas Pengetahuan Halal (X2)

Tabel 4.2 Hasil Pengujian Uji Validitas Pengetahuan Halal (X2)

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,771	0,212	Valid
2	0,826	0,212	Valid
3	0,873	0,212	Valid
4	0,878	0,212	Valid
5	0,851	0,212	Valid
6	0,865	0,212	Valid
7	0,865	0,212	Valid
8	0,900	0,212	Valid
9	0,880	0,212	Valid

Sumber : Output IBM SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, setiap item pernyataan menghasilkan koefisien korelasi yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,212. Artinya instrumen penelitian untuk Pengetahuan Halal (X2) dinilai dari semua butir pernyataan dinyatakan valid.

### 3) Uji Validitas Keputusan Penggunaan Kosmetik(Y)

Tabel 4.3 Hasil Pengujian Uji Validitas Keputusan Penggunaan (Y)

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,806	0,212	Valid
2	0,837	0,212	Valid
3	0,796	0,212	Valid
4	0,824	0,212	Valid
5	0,839	0,212	Valid
6	0,851	0,212	Valid
7	0,815	0,212	Valid
8	0,748	0,212	Valid
9	0,848	0,212	Valid
10	0,837	0,212	Valid
11	0,748	0,212	Valid
12	0,537	0,212	Valid

Sumber : Output IBM SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, setiap item pernyataan menghasilkan koefisien korelasi yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,212. Artinya instrumen penelitian untuk Keputusan Penggunaan (Y) dinilai dari semua butir pernyataan dinyatakan valid.

## b. Uji Reabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Pengujian reabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6.

Adapun hasil uji reabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

### 1) Uji Reabilitas Label Halal (X1)

Tabel 4.4 Hasil Pengujian Uji Reabilitas Label Halal (X1)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,931	11

Sumber : Output IBM SPSS 25

Hasil pengujian terhadap reabilitas kuesioner menghasilkan angka *Cronbach's Alpha* sebesar  $0,931 > 0,60$ . Hasil ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari label halal teruji reabilitas sehingga dinyatakan reliable.

### 2) Uji Reabilitas Pengetahuan Halal (X2)

Tabel 4.5 Hasil Pengujian Uji Reabilitas Pengetahuan Halal (X2)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,955	9

Sumber : Output IBM SPSS 25

Hasil pengujian terhadap reabilitas kuesioner menghasilkan angka *Cronbach's Alpha* sebesar  $0,955 > 0,60$ . Hal ini dapat dinyatakan bahwa

semua pernyataan dari label halal teruji reabilitas sehingga dinyatakan reliable.

### 3) Uji Reabilitas Keputusan Penggunaan (Y)

Tabel 4.6 Hasil Pengujian Uji Reabilitas Keputusan Penggunaan (Y)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,943	12

Sumber : Output IBM SPSS 25

Hasil pengujian terhadap reabilitas kuesioner menghasilkan angka *Cronbach's Alpha* sebesar  $0,943 > 0,60$ . Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari label halal teruji reabilitas sehingga dinyatakan reliable.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,06937447
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,088
	Negative	-,070
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,099 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Output IBM SPSS 25

Berdasarkan output diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,099 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Total_X1	,169	5,907
	Total_X2	,169	5,907

a. Dependent Variable: Total\_Y  
Sumber : Output IBM SPSS 25

Dari hasil perhitungan yang ada pada tabel diatas terlihat bahwa nilai tolerance dan VIF menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 dan semua nilai *tolerance* yaitu lebih besar dari 0,1 yang dapat disimpulkan bahwa dari data diatas tidak menjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	2,114	1,594		1,326	,188
Total_X1	-,108	,085	-,332	-1,266	,209
Total_X2	,159	,099	,423	1,614	,110

a. Dependent Variable: RES\_2  
Sumber : Output IBM SPSS 25



Model regresi yang baik adalah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji gletser pada tabel diatas menunjukkan nilai signifikansi variabel label halal (X1) sebesar 0,209 dan pengetahuan halal (X2) sebesar 0,110 yang artinya bahwa semua nilai sig > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,762	2,482		1,918	,058
	Total_X1	,274	,133	,254	2,061	,042
	Total_X2	,808	,154	,649	5,257	,000

a. Dependent Variable: Total\_Y  
Sumber : Output IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil regresi sebagai berikut :

$$Y = 4,762 + 0,274 X1 + 0,808 X2$$

Dari persamaan regresi yang telah disusun diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Kostanta sebesar 4,762 artinya jika label halal (X1) dan pengetahuan halal (X2) sama dengan nol, maka nilai keputusan penggunaan kosmetik (Y) tidak mengalami perubahan yaitu tetap sebesar 4,762.
- 2) Koefisien regresi variabel label halal (X1) bernilai positif sebesar 0,274 terhadap keputusan penggunaan kosmetik (Y), yang berarti bahwa jika

label halal dinaikkan 1 satuan maka akan memengaruhi keputusan penggunaan sebesar 0,274.

- 3) Koefisien regresi variabel pengetahuan halal (X2) bernilai positif sebesar 0,808 terhadap keputusan penggunaan kosmetik (Y), yang berarti bahwa jika pengetahuan halal dinaikkan 1 satuan maka akan memengaruhi keputusan penggunaan sebesar 0,808.

b. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen label halal (X1) dan pengetahuan halal (X2) secara individual atau parsial terhadap variabel dependen keputusan penggunaan kosmetik (Y). Hasil pengujian t dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Hasil Pengujian Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,762	2,482		1,918	,058
	Total_X1	,274	,133	,254	2,061	,042
	Total_X2	,808	,154	,649	5,257	,000

a. Dependent Variable: Total\_Y  
Sumber : Output IBM SPSS 25

1) Uji t label halal (X1)

Diketahui besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel label halal adalah sebesar 2,061 > 1,663  $t_{tabel}$  dan nilai signifikansi 0,04 < 0,05. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel label halal berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan kosmetik.

## 2) Pengetahuan Halal (X2)

Diketahui besarnya nilai  $t$  hitung variabel pengetahuan halal adalah sebesar  $5,257 > 1,663$   $t$  tabel dan signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan halal berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan kosmetik.

### c. Uji Simultan (Uji f)

Uji  $f$  digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel independen label halal (X1) dan pengetahuan halal (X2) secara simultan terhadap variabel dependen keputusan penggunaan kosmetik (Y). Hasil pengujian  $f$  dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5172,056	2	2586,028	152,488	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1407,584	83	16,959		
	Total	6579,640	85			

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

Sumber : Output IBM SPSS 25

Dari hasil uji  $f$  pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai  $f_{hitung}$  sebesar  $152,48 > 3,11$   $f_{tabel}$  dan nilai signifikansinya  $0,00 < 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel label halal (X1) dan pengetahuan halal (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan penggunaan kosmetik (Y)

#### 4. Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Berikut ini merupakan hasil olahan data dengan menggunakan program SPSS 25.0 (*Statistical Package for Social*) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	Adjusted R		Std. Error of the		
	R	R Square	Square	Estimate	Durbin-Watson
1	,887 <sup>a</sup>	,786	,781	4,118	1,695

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber : Output IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai R Square sebesar 0,786 atau sama dengan 78,6%. Artinya bahwa variabel label halal (X1) dan variabel pengetahuan halal (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan penggunaan kosmetik (Y) sebesar 78,6%. Sedangkan sisanya  $100\% - 78,6\% = 21,4\%$  dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

### C. Pembahasan

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Label Halal, Pengetahuan Halal terhadap Keputusan Penggunaan Kosmetik pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah secara parsial maupun simultan. Penjelasan penelitian ini secara rinci akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh label halal terhadap keputusan penggunaan kosmetik pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah.

Variabel label halal dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kosmetik dikalangan mahasiswa manajemen bisnis syariah di IAIN Palopo, dengan nilai  $t_{hitung} 2,061 > t_{tabel} 1,663$  dengan nilai signifikansi  $0,04 < 0,05$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Munir, dkk pada tahun 2019 dengan judul pengaruh pengetahuan halal dan, kesadaran halal, dan label halal terhadap keputusan pembelian produk jamu Madura. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jamu Madura. Dilihat pada hasil penelitiannya dimana diperoleh nilai  $t_{hitung} 4,734 > t_{tabel} 2,012$  dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  dengan demikian variabel label halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk jamu Madura.<sup>59</sup>

## 2. Pengaruh pengetahuan halal terhadap keputusan penggunaan kosmetik pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah.

Variabel pengetahuan halal dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kosmetik dikalangan mahasiswa manajemen bisnis syariah di IAIN Palopo. Dapat dilihat dari hasil regresi yang dilakukan dimana nilai  $t_{hitung} 5,275 > t_{tabel} 1,663$  dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

---

<sup>59</sup> Muhammad Munir, Khoiril Hidayat, Muhammad Fakhry, M Fuad Fauzul Mu'tamar, "Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (Halal Awareness), dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura", *Agroindustrial Technology Journal* 03, No.2 (2019): 105

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Auliya Walidani Syafitri dan Ari Prasetyo pada tahun 2022 dengan judul *Influence of Halal Knowledge on the Attitude of Syar'i Fashion Consumers in Surabaya*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen *fashion syar'i* di Surabaya. Dilihat pada hasil penelitiannya menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $13.282 > 0,781 t_{tabel}$  dan nilai signifikansinya  $0,01 < 0,05$ . Maka variabel pengetahuan halal berpengaruh secara parsial terhadap sikap konsumen *fashion syari* di Surabaya.<sup>60</sup>

### 3. Pengaruh label halal dan pengetahuan halal terhadap keputusan penggunaan kosmetik pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah.

Dari hasil pengelolaan data pada tabel diatas, diketahui bahwa label halal dan pengetahuan halal secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan kosmetik karena nilai  $f_{hitung}$   $152,48 > f_{tabel}$   $3,11$  dengan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$ . Dilihat pada tabel uji koefisien determinasi diatas diperoleh nilai *R Square* sebesar  $0.786$ . hal ini menjelaskan bahwa variabel-variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar  $78,6\%$  dan untuk  $21,4\%$  sisannya menjelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Munir, dkk pada tahun 2019 dengan judul pengaruh

---

<sup>60</sup> Auliya Walidani Syafitri dan Ari Prasetyo, "The Influence of Halal Knowledge on the Attitude of Syar'i Fashion Consumers in Surabaya", *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 9, No. 2 (Maret 2022): 210

pengetahuan halal, kesadaran halal, dan label halal terhadap keputusan pembelian produk jamu Madura. Hasil uji F diketahui nilai  $f_{hitung}$  21,479 > 2,80  $f_{tabel}$  dan diperoleh nilai signifikannya  $0,00 < 0,05$  yang berarti bahwa variabel pengetahuan halal, kesadaran halal, dan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jamu Madura secara simultan.<sup>61</sup>



---

<sup>61</sup> Muhammad Munir, Khoiril Hidayat, Muhammad Fakhry, M Fuad Fauzul Mu'tamar, "Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (Halal Awareness), dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura", *Agroindustrial Technology Journal* 03, No.2 (2019): 106

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan secara parsial atau sering kita sebut Uji T pada penelitian ini, dimana variabel label halal diketahui memiliki nilai  $t_{hitung} 2,061 > t_{tabel} 1,663$  dan signifikansinya  $0,04 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya label halal berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan kosmetik pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah.
2. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan secara parsial atau yang sering kita sebut Uji T pada penelitian ini, dimana variabel pengetahuan halal diketahui memiliki nilai  $t_{hitung} 5,257 > t_{tabel} 1,663$ . Dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya pengetahuan halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kosmetik pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah.
3. Berdasarkan pada analisis yang telah dilakukan secara simultan atau yang biasa kita sebut uji F pada penelitian ini, menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung} 152,488 > f_{tabel} 3,11$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel label halal dan pengetahuan halal secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kosmetik pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah



Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,786 artinya bahwa label halal (X1) dan pengetahuan halal (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan kosmetik (Y) sebesar 78,6%

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti mengusulkan saran yang dapat bermanfaat baik bagi peneliti selanjutnya. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, dapat mengubah atau menambah variabel penelitian agar lebih mengetahui apa saja yang memengaruhi keputusan penggunaan kosmetik pada konsumen.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan meneliti tentang literasi pengetahuan halal terhadap keputusan penggunaan kosmetik.
3. Bagi penelitian selanjutnya disarankan menggunakan sampel yang lebih besar sehingga hasil penelitian lebih meyakinkan
4. Diharapkan untuk pihak produsen kosmetik yang menggunakan label halal sebagai *brand image*, agar kiranya lebih memperhatikan konsumen agar tidak ragu pada label halal yang tercantum pada kemasan produk, dan dapat meyakinkan bahwa produk dengan label halal lebih aman juga baik untuk digunakan ketimbang produk-produk kosmetik yang belum diketahui halal atau tidaknya untuk dikonsumsi.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2019
- Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedia Hukum Islam*, Edisi 1, Jakarta: PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 1997
- Agung, Anak., & Anik Yuesti Putu Agung, *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif* Bali: CV Noah Aletheia, 2019
- Aisjah Girindra, *LP POM MUI Sejarah Sertifikasi Halal*, Jakarta: LP POM, 1998
- Amir, Amran., "BPOM Palopo Sita Ribuan Kosmetik Mengandung Bahan Berbahaya dan Kedaluwarsa", 19 Desember 2021.
- Amman, "The World's 500 Most Influential Muslims" Oktober 2022. <https://rissc.jo/>
- Arifin, N.S dan Shaari, J. A. N., "Dimensi of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study", *Internasional Review of Bussiness Research* 6, No.4 (2020)
- Auliya Walidani Syafitri dan Ari Prasetyo, "The Influence of Halal Knowladge on the Attitude of Syar'i Fashion Consumers in Surabaya", *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 9, No. 2 (2022)
- Badan Pusat Statistic, "Industri Kosmetika yang Meliputi Farmasi, Kimia, dan Obat-Obatan", 04 November 2022. <https://www.bps.go.id/>
- Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal* Malang: Uin Maliki Press, 2017
- Didik Gunawan, *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*, Sumatera Utara: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022
- Edy Supriyadi, *SPSS + Amos*, Jakarta: In Media, 2018
- Fasiha, "*Halal Labelisation of Haram Food in Makale Toraja*", Palopo: IAIN Palopo, 2020
- Febi.iainpalopo, "Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam", Februari 2023 <http://febi.iainpalopo.ac.id/data-mahasiswa/>
- Golnaz, R., Zainal Abidin, M., Nasir, M., & Chiew, "Awareness of Halal Principles and Related Food Products in Malaysia", *Internasional Food Research Journal* 17, No.2 (2019)

- Hamdani, Ahmad., Nurma Sari, and Khairil Umuri, "Pengaruh Pengetahuan Halal Dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC)," *Al-Buhuts* 17, no. 2 (2021)
- IHATEC, "Penjelasan Tentang Label Halal" Desember 2022. <https://ihatec.com>
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariabel dengan Program IBM SPSS, Edisi 8*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019
- Irhan Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*, Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018
- Istana UMKM, "Definisi Kosmetika" 03 April 2022. <https://istanaumkm.pom.go.id/>
- JDIH BPK RI, "Label dan Iklan Pangan", 10 Maret 2023 <https://peraturan.bpk.go.id/>
- JDIH BPK RI, "Penetapan Produk Halal", 10 Maret 2023 <https://peraturan.bpk.go.id/>
- Kotler, Philip., & Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Manajemen*, Jakarta: Erlangga, 2020
- Kotler, Philip., dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi. 13* Jakarta: Erlangga Pearson, 2019
- Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, "Qur'an Al-Baqarah (2):168", 2023. <https://quran.kemenag.go.id/>
- Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, "Qur'an An-Nahl (3):114", 2023. <https://quran.kemenag.go.id/>
- Lesnida, Penggunaan Kosmetik Berbahaya dalam Perspektif Hukum Islam, *Al-Fikru : Jurnal Ilmiah* 15, No.1, 2021
- Ma'ruf Amin, *Himpunan Fatwa MUI Sejak 19*, Jakarta: Erlangga, 2018.
- Muhammad Munir, Khoiril Hidayat, Muhammad Fakhry, M Fuad Fauzul Mu'tamar, "Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (Halal Awareness), dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura", *Agroindustrial Technology Journal* 03, No.2 (2019): 97
- Rachmawati, Emy, Suliyanto, dan Agus Suroso, *Peran Kesadaran Merek Halal pada Perilaku Konsumen*, Dukuh Waluh: UM Purwokerto Press, 2019
- Risma Ayu Kinanti, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Media Sains Indonesia, 2022

Saleh Sitompul, "Pengaruh Kesadaran Merek, Pengetahuan Produk, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating", *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* 7, No.1 (2021)

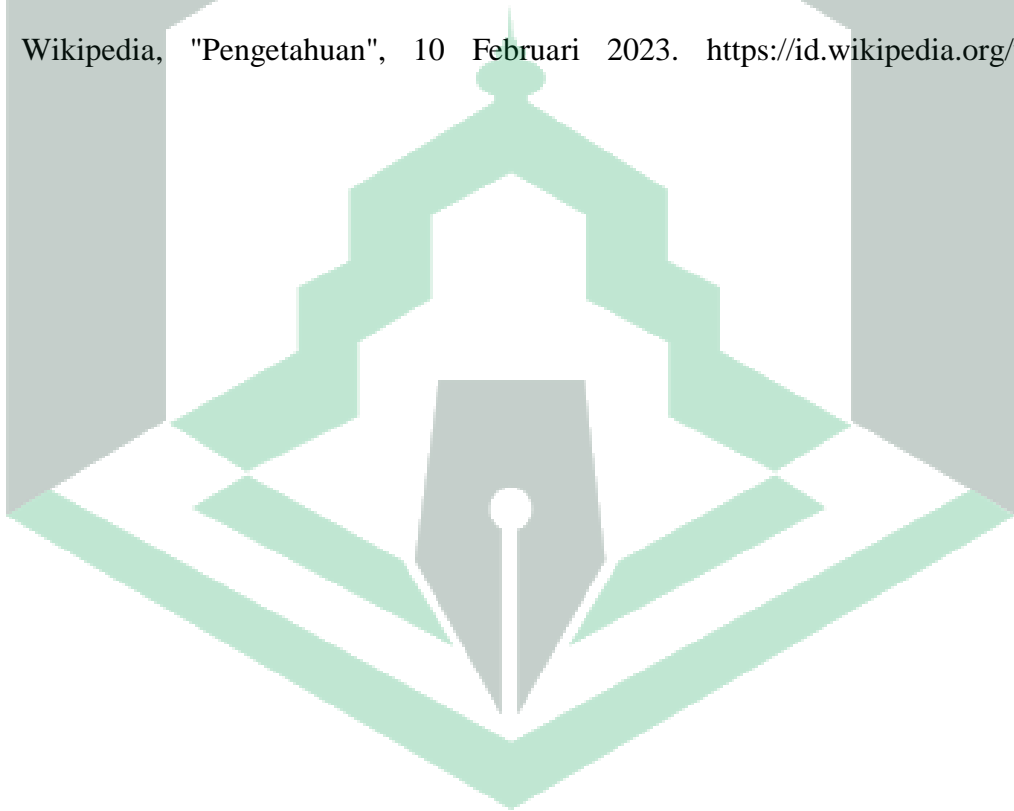
Saniatuzzahroh, Aprilia dan Desi Trisnawati, "Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, *Brand Image*, dan *Religiusitas* terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal:Sikap sebagai Variabel Intervening" *Jurnal Cendekia Ilmiah* 1, No.6 (2022)

Sekarang, Uma., dan Roger Bogue, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Jakarta: Salemba 4, 2020

Sugiyono, *Metode Penelitian Bi snis*, Bandung: Alfabeta, 2018

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung:Alfabet 2019

Wikipedia, "Pengetahuan", 10 Februari 2023. <https://id.wikipedia.org/wiki/>



**L**

**A**

**M**

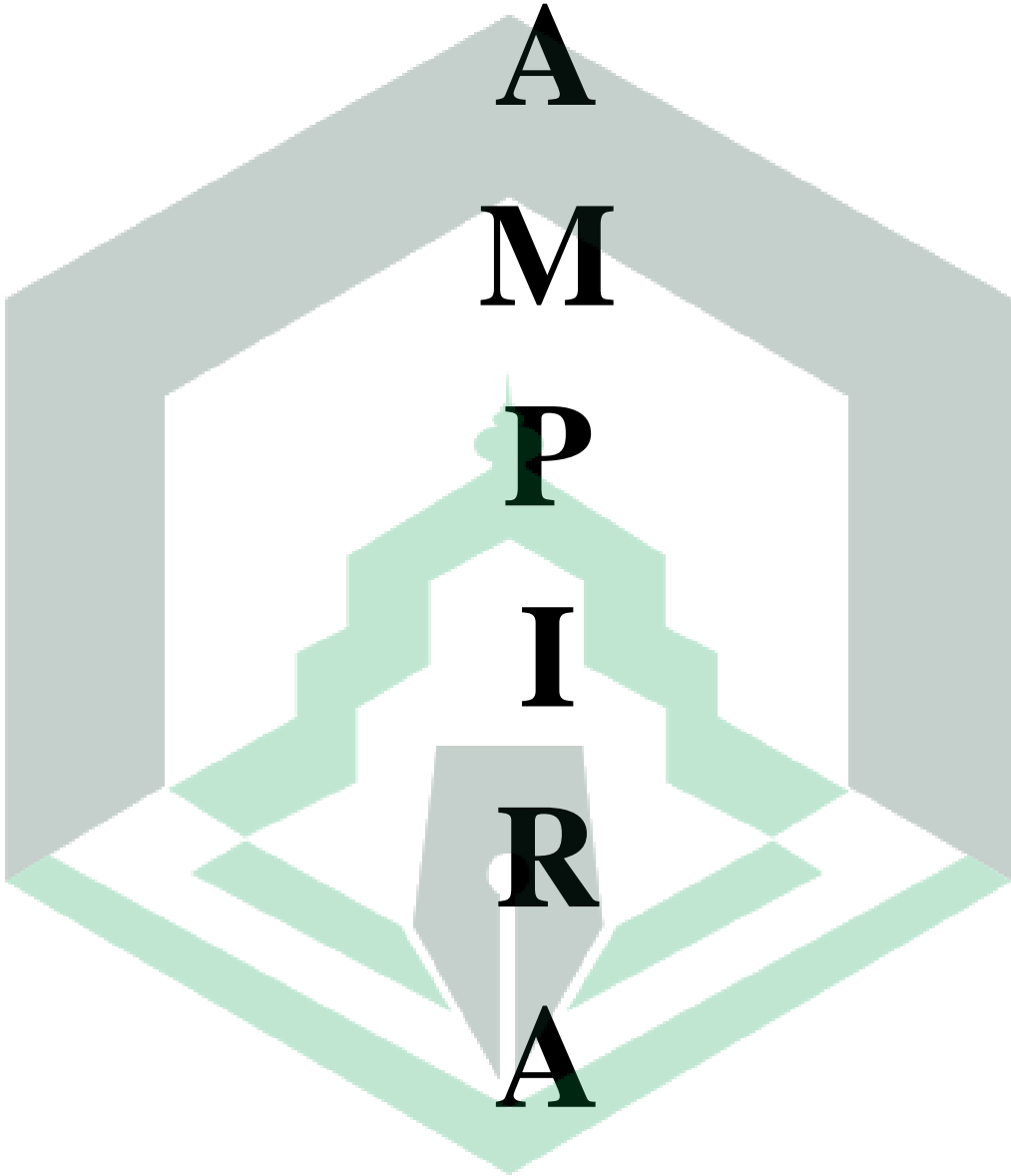
**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



# KUISIONER

## PENGARUH LABEL HALAL DAN PENGETAHUAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN KOSMETIK (STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN BISNIS SYARIAH)

---

### IDENTITAS RESPONDEN

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin :

Semester :

Usia :

### **Petunjuk pengisian**

Saudara/i diminta untuk mengisi jawaban yang sebenar-benarnya, dengan memberikan tanda centang (√) pada salah satu kotak yang sesuai dengan pilihan jawaban anda.

### **Keterangan:**

Sangat Tidak Setuju : skor 1

Tidak Setuju : skor 2

Kurang Setuju : skor 3

Setuju : skor 4

Sangat Setuju : skor 5

Variabel	No	Pernyataan	Penilaian				
			1	2	3	4	5
Label Halal (X <sub>1</sub> )	1	 Gambar diatas adalah label halal yang menggambarkan suatu produk yang terjamin kehalalannya					
	2	 Gambar diatas adalah label halal yang sah dan resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI)					
	3	 Saya selalu memperhatikan ada tidaknya gambar diatas pada kemasan kosmetik sebelum melakukan keputusan pembelian					
	4	Tulisan "halal" pada setiap produk kosmetik terlihat dengan jelas					
	5	Adanya tulisan "halal" yang terdapat pada setiap produk kosmetik menjadi pertimbangan saya sebelum melakukan					

		pembelian					
	6	Adanya tulisan "halal" pada produk kosmetik saya yakin bahwa kosmetik tersebut aman untuk digunakan tanpa menimbulkan efek yang membahayakan.					
	7	Saya mengetahui gabungan gambar dan tulisan pada label halal merupakan label halal resmi Majelis Ulama Indonesia (MUI)					
	8	Label halal resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) memberi saya rasa aman, perlindungan, dan kenyamanan dalam memilih kosmetik yang hendak saya gunakan					
	9	Karena adanya label halal pada kemasan kosmetik dapat mempermudah saya dalam memberi keyakinan akan mutu produk kosmetik tersebut					
	10	Label halal m enempel dan tertera dengan jelas di setiap kemasan produk kosmetik					



	11	Adanya label halal yang menempel pada kemasan produk kosmetik, saya akan lebih tenang dalam mengonsumsi produk tersebut					
	12	Adanya label halal yang menempel pada kemasan produk kosmetik menandakan bahwa kosmetik tersebut aman untuk digunakan					
Pengetahuan Halal (X <sub>2</sub> )	1	Saya memiliki pengetahuan dasar tentang agama mengenai keutamaan mengonsumsi produk halal					
	2	Saya selalu menggunakan produk kosmetik yang sudah dinyatakan halal					
	3	Sebelum mengonsumsi suatu produk kosmetik, saya selalu pastikan bahwa produk itu sudah halal					
	4	Saya memiliki pengetahuan kehalalan produk kosmetik yang cukup untuk membuat keputusan yang tepat ketika hendak mengonsumsi suatu produk					
	5	Saya mengetahui tentang dampak dari produk kosmetik halal yang dikonsumsi					
	6	Saya menggunakan kosmetik					

		halal karena keinginan dari diri saya					
	7	Saya menggunakan kosmetik karena salah satu kebutuhan dalam diri saya					
	8	Saya sadar bahwa dengan mengonsumsi produk kosmetik yang halal akan berkah untuk diri saya					
	9	Saya menggunakan kosmetik halal karena merupakan hal yang penting					
Keputusan Pengguna an (Y)	1	Saya memutuskan membeli produk kosmetik setelah mengetahui bahan-bahan yang terkandung didalamnya					
	2	Saya sudah menjamin bahwa merek kosmetik yang saya gunakan aman untuk kulit saya					
	3	Saya memutuskan membeli kosmetik setelah mengetahui informasi produk tersebut dari orang lain					
	4	Saya memutuskan membeli kosmetik karena sudah percaya dengan merek tersebut					
	5	Saya memutuskan membeli kosmetik karena banyak yang menyukai dan cocok dengan merek tersebut					
	6	Saya memutuskan membeli					

		kosmetik karena saya menginginkan produk tersebut					
	7	Saya memutuskan membeli kosmetik karena saya membutuhkan produk tersebut					
	8	Saya membeli kosmetik karena merupakan kebutuhan primer saya					
	9	Saya membeli kosmetik karena saya ingin mengubah penampilan dan memelihara tubuh saya pada kondisi yang baik					
	10	Saya membeli kosmetik karena rekomendasi dari kerabat terdekat seperti teman dan orangtua					
	11	Saya memutuskan membeli kosmetik dengan merek tertentu karena merek tersebut populer dikalangan teman-teman saya					
	12	Saya membeli kosmetik karena diendorse oleh artis terkenal					

## TABULASI DATA

N	LABEL HALAL (X1)											Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	
1	4	5	4	5	5	4	2	1	3	3	2	38
2	5	5	4	5	3	3	3	3	3	3	3	40
3	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	47
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
6	5	5	5	5	5	3	3	4	4	3	3	45
7	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	47
8	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54
9	1	1	1	1	2	5	5	5	5	5	2	33
10	2	2	3	3	4	2	3	4	4	3	3	33
11	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	51
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
13	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	26
14	1	1	3	5	4	5	5	5	5	5	5	44
15	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	53
16	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	49
17	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	48
18	5	5	4	3	2	4	3	3	3	3	3	38
19	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	44
20	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54
21	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	5	45
22	4	4	4	3	5	4	4	4	5	3	5	45
23	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	43
24	5	5	4	4	4	3	3	5	4	5	5	47
25	4	5	5	3	5	3	4	4	5	3	4	45
26	4	4	3	2	4	5	3	3	4	3	5	40
27	2	3	4	4	5	3	4	5	3	4	4	41
28	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	43
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	13
30	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	47
31	1	1	1	3	1	2	2	1	1	3	1	17
32	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	49
33	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	49
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
35	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	52
36	5	5	3	5	4	3	4	4	3	3	4	43
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
38	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	49

39	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	50
40	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	48
41	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	46
42	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	45
43	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	49
44	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	47
45	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
46	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	47
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43
48	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	46
49	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	46
50	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	47
51	3	1	4	4	1	4	2	3	3	3	2	30
52	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	51
53	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	46
54	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	52
55	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	47
56	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	46
57	5	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	39
58	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
59	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	45
60	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
61	5	2	3	3	1	2	2	2	3	1	1	25
62	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	45
63	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	52
64	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	46
65	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
66	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
67	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	46
68	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
70	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	51
71	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	42
72	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	52
73	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	4	49
74	1	1	5	4	3	3	4	4	4	4	3	36
75	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
76	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	50
77	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
78	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	47
79	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	46

80	5	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	48
81	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	49
82	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	47
83	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	47
84	5	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	46
85	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	51
86	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	48

RESPONDE N	PENGETAHUAN HALAL (X2)									TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	
1	3	2	3	3	3	2	4	3	3	26
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
6	4	4	5	3	3	5	4	5	5	38
7	5	4	4	4	4	5	4	5	4	39
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
9	1	1	1	5	5	4	5	2	5	29
10	4	4	4	3	3	4	3	4	4	33
11	4	4	5	4	5	5	5	5	5	42
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
13	3	2	3	3	3	3	3	3	4	27
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
15	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43
16	3	3	5	3	5	4	5	4	4	36
17	3	5	4	4	3	5	4	4	4	36
18	4	3	4	3	4	5	4	4	4	35
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
21	4	5	5	4	3	4	4	4	5	38
22	4	4	4	4	3	5	4	5	5	38
23	4	3	4	4	4	4	3	5	4	35
24	5	4	4	4	5	5	5	5	5	42
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
26	4	3	3	3	2	4	2	3	4	28
27	5	4	5	4	5	4	4	4	4	39
28	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
29	2	2	1	1	1	1	1	1	1	11
30	4	5	5	4	5	4	4	4	4	39

31	3	1	1	1	2	1	1	1	1	12
32	5	5	4	5	5	5	5	5	4	43
33	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
35	5	4	4	5	5	3	3	5	5	39
36	4	3	3	3	4	3	3	4	4	31
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
38	4	4	5	4	5	5	4	4	5	40
39	4	4	4	5	4	4	4	5	5	39
40	4	5	4	5	3	4	4	5	4	38
41	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
42	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
43	4	3	4	4	4	4	5	4	4	36
44	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
46	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
47	2	4	5	5	5	5	5	5	5	41
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
49	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
51	2	3	3	2	1	2	2	2	2	19
52	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
53	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
54	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
55	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
57	3	3	3	3	3	4	3	4	4	30
58	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
61	1	3	3	2	2	3	1	1	2	18
62	5	3	3	4	3	4	4	5	4	35
63	4	5	5	5	5	5	4	4	5	42
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
65	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
68	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
71	4	4	4	3	3	4	5	4	4	35

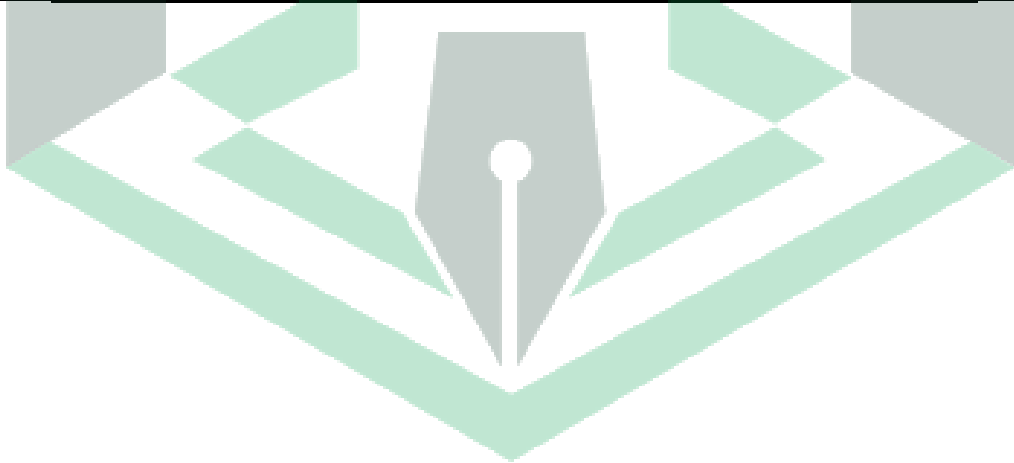
72	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	41
73	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	37
74	4	3	3	3	4	3	3	4	3	30	
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
76	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44	
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
79	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39	
80	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38	
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
82	4	4	5	5	4	5	5	4	4	40	
83	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39	
84	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38	
85	5	4	5	5	5	4	4	4	4	40	
86	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	

N	KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)												TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	
1	3	3	4	3	3	2	2	1	2	4	4	3	34
2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	38
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
6	3	3	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	45
7	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	1	41
8	5	5	5	5	5	4	4	2	5	5	5	5	55
9	3	4	4	3	3	3	3	3	4	1	1	5	37
10	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	39
11	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	53
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
13	2	3	3	3	2	2	5	3	4	2	2	2	33
14	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	58
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
16	5	5	5	3	5	4	4	5	5	4	4	3	52
17	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	46
18	5	4	4	4	2	5	4	3	4	3	2	2	42
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
20	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	58
21	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	45
22	4	3	2	5	3	4	4	4	4	3	3	4	43





64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
65	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	4	16
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
71	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	40
72	5	5	3	4	3	3	4	4	5	4	3	4	47
73	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	44
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
76	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	54
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
79	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	47
80	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	48
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
83	4	4	2	4	1	3	4	4	4	3	3	3	39
84	4	4	2	4	2	4	4	4	4	3	3	3	41
85	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	58
86	3	4	3	4	3	4	5	5	4	4	3	3	45





X1.7	Pearson Correlation	,401**	,517**	,530**	,363**	,596**	,574**	1	,701**	,647**	,557**	,659**	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.8	Pearson Correlation	,386**	,435**	,580**	,450**	,653**	,629**	,701**	1	,782**	,640**	,748**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.9	Pearson Correlation	,390**	,427**	,582**	,430**	,708**	,710**	,647**	,782**	1	,617**	,750**	,811**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.10	Pearson Correlation	,205	,318**	,393**	,430**	,497**	,542**	,557**	,640**	,617**	1	,626**	,661**
	Sig. (2-tailed)	,058	,003	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.11	Pearson Correlation	,492**	,607**	,592**	,517**	,777**	,688**	,659**	,748**	,750**	,626**	1	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Total	Pearson Correlation	,710**	,775**	,810**	,681**	,863**	,752**	,765**	,809**	,811**	,661**	,871**	1
_X1	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,931	11

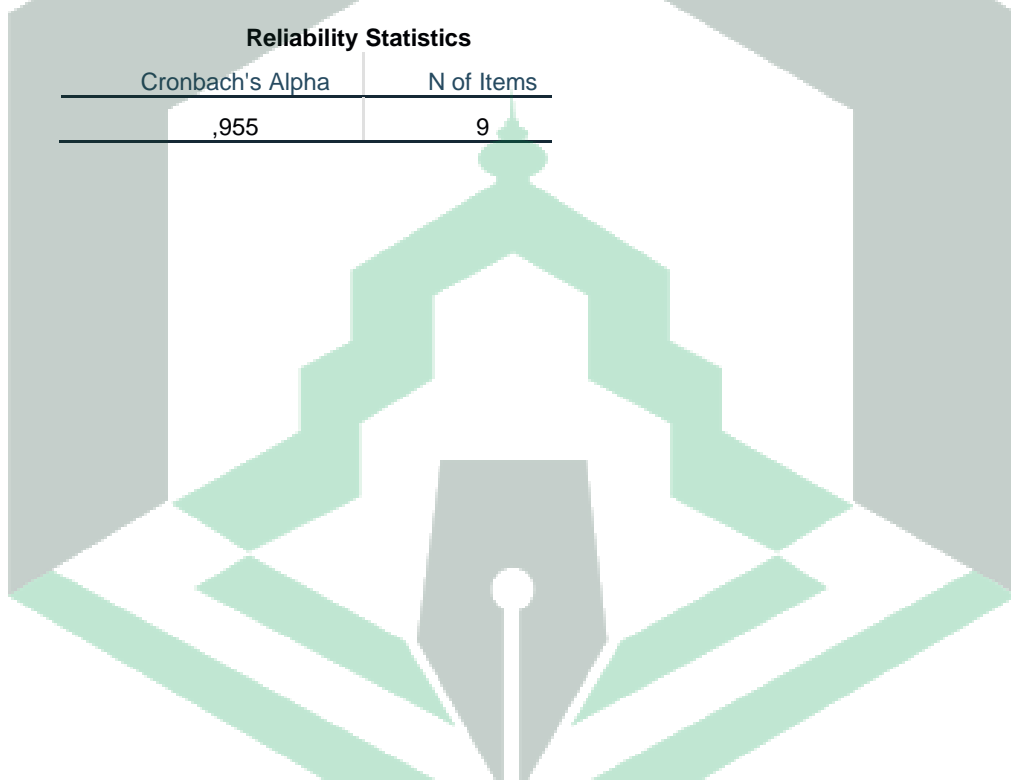


	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X2.8	Pearson Correlation	,757**	,701**	,735**	,730**	,684**	,746**	,779**	1	,811**	,900**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X2.9	Pearson Correlation	,582**	,615**	,701**	,793**	,743**	,784**	,766**	,811**	1	,880**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Total_	Pearson Correlation	,771**	,826**	,873**	,878**	,851**	,865**	,865**	,900**	,880**	1
X2	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,955	9





	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,015	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y.8	Pearson Correlation	,514**	,573**	,469**	,553**	,482**	,684**	,745**	1	,703**	,480**	,489**	,378**	,748**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y.9	Pearson Correlation	,703**	,774**	,586**	,694**	,647**	,766**	,796**	,703**	1	,611**	,530**	,298**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,005	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y.10	Pearson Correlation	,619**	,728**	,712**	,630**	,761**	,667**	,539**	,480**	,611**	1	,762**	,407**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y.11	Pearson Correlation	,469**	,450**	,564**	,498**	,643**	,571**	,481**	,489**	,530**	,762**	1	,544**	,748**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Y.12	Pearson Correlation	,342**	,323**	,313**	,348**	,422**	,280**	,263*	,378**	,298**	,407**	,544**	1	,537**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002	,003	,001	,000	,009	,015	,000	,005	,000	,000		,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Total_	Pearson Correlation	,806**	,837**	,796**	,824**	,839**	,851**	,815**	,748**	,848**	,837**	,748**	,537**	1
Y	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). \* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,943	12



## UJI ASUMSI KLASIK

### 1. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,06937447
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,088
	Negative	-,070
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,099 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

### 2. Uji Multikolinieritas

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,762	2,482		1,918	,058		
	Total_X1	,274	,133	,254	2,061	,042	,169	5,907
	Total_X2	,808	,154	,649	5,257	,000	,169	5,907

a. Dependent Variable: Total\_Y

### 3. Uji Heteroskedastisitas

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,114	1,594		1,326	,188
	Total_X1	-,108	,085	-,332	-1,266	,209
	Total_X2	,159	,099	,423	1,614	,110

a. Dependent Variable: RES\_2

## UJI HIPOTESIS

### 1. Uji Regresi Linear Berganda

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4,762	2,482		1,918	,058
	Total_X1	,274	,133	,254	2,061	,042
	Total_X2	,808	,154	,649	5,257	,000

a. Dependent Variable: Total\_Y

### 2. Uji T Parsial

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4,762	2,482		1,918	,058
	Total_X1	,274	,133	,254	2,061	,042
	Total_X2	,808	,154	,649	5,257	,000

a. Dependent Variable: Total\_Y

### 3. Uji F Simultan

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

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5172,056	2	2586,028	152,488	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1407,584	83	16,959		
	Total	6579,640	85			

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

## UJI KOEFISIEN DETERMINASI R<sup>2</sup>

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,887 <sup>a</sup>	,786	,781	4,118	1,695

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

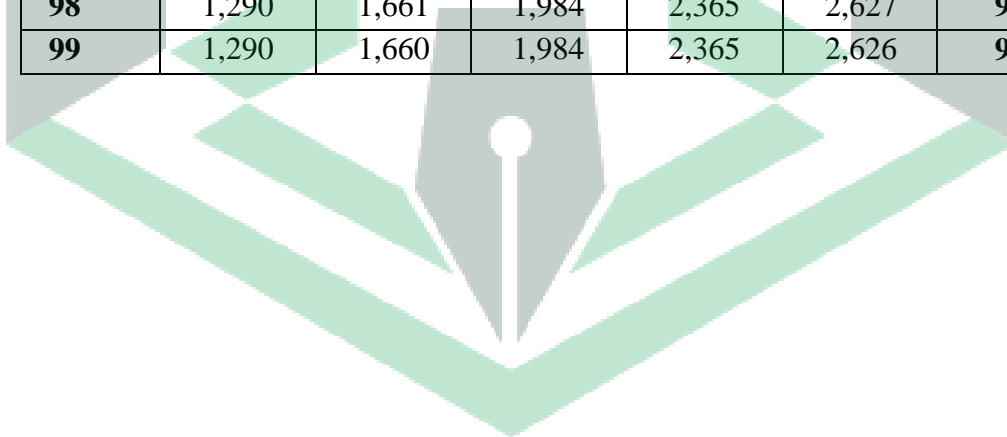
b. Dependent Variable: Total\_Y

### R TABEL

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
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

### T T ABEL

<b>d.f</b>	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	<b>d.f</b>
<b>79</b>	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	<b>79</b>
<b>80</b>	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	<b>80</b>
<b>81</b>	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	<b>81</b>
<b>82</b>	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	<b>82</b>
<b>83</b>	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	<b>83</b>
<b>84</b>	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	<b>84</b>
<b>85</b>	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	<b>85</b>
<b>86</b>	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	<b>86</b>
<b>87</b>	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	<b>87</b>
<b>88</b>	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	<b>88</b>
<b>89</b>	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	<b>89</b>
<b>90</b>	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	<b>90</b>
<b>91</b>	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	<b>91</b>
<b>92</b>	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	<b>92</b>
<b>93</b>	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	<b>93</b>
<b>94</b>	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	<b>94</b>
<b>95</b>	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	<b>95</b>
<b>96</b>	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	<b>96</b>
<b>97</b>	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	<b>97</b>
<b>98</b>	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	<b>98</b>
<b>99</b>	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	<b>99</b>



## F TABEL

**Titik Persentase Distribusi F untuk  
Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	Df untuk pembilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94

# Izin Meneliti



PEMERINTAH KOTA PALOPO  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

**ASLI**

**IZIN PENELITIAN**  
NOMOR : 162/IP/DPMPSTP/III/2023

**DASAR HUKUM :**

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 28 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

**MEMBERIKAN IZIN KEPADA**

Nama : SUSAN ANGRAENI  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jl. Bakau Balandai Kota Palopo  
Pekerjaan : Mahasiswa  
NIM : 1904030186

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

**PENGARUH LABEL HALAL DAN PENGETAHUAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN KOSMETIK (STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN BISNIS SYARIAH)**

Lokasi Penelitian : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
Lamanya Penelitian : 16 Februari 2023 s.d. 16 April 2023

**DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :**

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
  2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
  3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
  4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
  5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.
- Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Diterbitkan di Kota Palopo  
Pada tanggal : 17 Februari 2023  
a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP

**ERICK K. SIGA, S.Sos**  
Pangkat : Penata Tk.I  
NIP : 19830414 200701 1 005

- tembuan :
1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
  2. Walikota Palopo
  3. Dandim 1403 SWG
  4. Kapolres Palopo



KARTU KONTROL  
SEMINAR HASIL SKRIPSI

Nama : Susan Angraeni  
NIM : 1904030181  
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	5/Sept/2022	Niren Saputri Nirwana	Pembudidayaan tanaman hidroponik dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di kota Palopo	online	
2	10/Jun/2023	Khairil Suardi Pippin	Peran Pemerintah desa dalam pengembangan objek wisata permukiman polongasa dan meningkatkan pendapatan perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik tidak berBPOM	Ju	
3	21/Febr/2023	Marnati	Pengolahan tahu dan tempe Mutuwa Mustafa dikel. mawa kota palopo	Ju	
4	23/Febr/2023	Miana	Persepsi Masyarakat desa asli, kec. Towuti, mengenai Keberadaan koperasi rakyat nuria syariah	Ju	
5	02/Maret/2023	<del>Persepti Marni</del> Induh Iestari	Pembelian produk pada Platform belanja online Stoppe sebagai bentuk perubahan gaya hidup.	Ju	
6	10/April/2023	Muhara Zufahmur			
7					
8					
9					
10					

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dr. Takdir, S.H., M.H.  
NIP 197907242003121002

NB.:

- Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
- Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar hasil.



## Buku Kontrol

12

**Buku Kontrol Penulisan Skripsi**

Konsultasi ke, 7 Hari Tanggal, 08 Juni 2023

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Perbaiki huruf awal kalimat
2	Tambahkan data pengguna/penjualan kosmetik
3	Tambahkan indikator di bagian teori
4	Tambahkan penelitian terdahulu yg terbaru
5	Tambahkan artikel kampus
8	
9	
10	

Pembimbing I

NIP. \_\_\_\_\_

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

### Sertifikat PBAK

**CERTIFICATE OF APPRECIATION**

NO : 001/In-19/Pani-Pel/00/2019


**PROUDLY PRESENTED TO**


**SUSAN ANGRAENI**


ATAS PARTISIPASINYA SEBAGAI PESERTA,

PADA KEGIATAN PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN (PBAK) DENGAN TEMA "ERA 4.0 DALAM SIPAKATAU, SIPAKAINGE DAN SIPAKALEBBI" INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO TAHUN AKADEMIK 2019-2020


28 - 30 Agustus 2019

 **Dr. Abdul Pirol, M.Ag.**  
Rektor IAIN Palopo

 **Dr. Takdir M.H.**  
Ketua Panitia

 **Ari Putra Daliman**  
Presiden BEM

**PBAK 2019**





# Sertifikat Mahad Al-Jamiah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

## Syahadah

Nomor : In.19/PP/UPT/MAHAD AL-JAMIAH/246 /VII/2020

Diberikan kepada :

**SUSAN ANGRAENI**

NIM : 19 0403 0186

Setelah mengikuti Program Ma'had Al-Jami'ah Institut Agama Islam Negeri Palopo  
Sebagai tanda bukti diberikan Syahadah ini berikut hak sesuai dengan peraturan yang berlaku  
Dikeluarkan di Palopo pada tanggal Empat Juli Dua Ribu Dua Puluh

Rektor IAIN Palopo



Abdul Pirol, M.Ag.  
NIP. 104 199403 1 004

Kepala Unit  
Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo



M. Mardhi Takwim, M.HI  
NIP. 19680503 199803 1 005

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

## TRANSKRIP NILAI MAHASISWA PROGRAM MA'HAD AL-JAMI'AH

N A M A : SUSAN ANGRAENI  
N I M : 19 0403 0186  
FAK/PRODI : FEBI/D3

NO	MATA KULIAH	SEMESTER	NILAI	
			ANGKA	HURUF
1	Tahsinul Qiro'ah	I	90	A
2	Fiqih Ibadah	II	95	A+
<b>JUMLAH</b>			185	
<b>RATA-RATA</b>			92,50	

Predikat Kelulusan : ~~Amat Baik~~ / Baik / ~~Cukup~~ / ~~Kurang~~

Palopo, 04 Juli 2020

Kepala Unit  
Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo



M. Mardhi Takwim, M.HI  
NIP. 19680503 199803 1 005

## Hasil Turnitin

SUSAN ANGRAENI 8JUNI2023

### ORIGINALITY REPORT

<b>24%</b>	<b>23%</b>	<b>13%</b>	<b>13%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="https://repository.iainpalopo.ac.id">repository.iainpalopo.ac.id</a> Internet Source	<b>4%</b>
<b>2</b>	<a href="https://repository.uinjambi.ac.id">repository.uinjambi.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<a href="https://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id">e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>4</b>	<a href="https://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<a href="https://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<a href="https://repository.umpalopo.ac.id">repository.umpalopo.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<a href="https://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	Amatulloh Hasna Nursyawal, Ratna Sari Listyaningrum, Amelianawati Mae. "Kajian Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Bubble Tea pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah	<b>1%</b>

## Nota Dinas Verifikasi

### TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

#### NOTA DINAS

Lamp : 1 (Satu) Skripsi  
Hal : Skripsian.Susan Angraeni

Yth Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamu 'alaikum wr.wb*

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Susan Angraeni  
NIM : 19 0403 0196  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Label dan Pengetahuan Halal terhadap Keputusan Penggunaan Kosmetik pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah

menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut.

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur Dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb*

**Tim Verifikasi**

1. Nurdin Batjo, S.E., M.M  
Tanggal: 8 Juni 2023

2. Fadilla, S.AP  
Tanggal: 9 Juni 2023

(.....)  
(.....)

## RIWAYAT HIDUP



**Susan Angraeni**, lahir pada tanggal 25 September 1999 di Muktitama, Kec. Baebunta Selatan, Masamba. Anak ke enam dari pasangan bapak Amiruddin dan Ibu Jila. Saat ini penulis bertempat tinggal di Desa Muktitama, Kec. Baebunta Selatan, Masamba. Awal pendidikan penulis dimulai tahun 2005 di TK Aisyah Bustanul At-faal selama kurang lebih satu tahun. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2011 di SDN 049 Lara IV. Kemudian ditahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan menengah di SMPN 2 Baebunta. Ditahun yang sama pula penulis melanjutkan pendidikan ke SMK Telkom Makassar dan mengambil jurusan Teknik Komputer dan Jaringan dan selesai pada tahun 2018. Setelah lulus sekolah kejuruan penulis melanjutkan bekerja disalah satu anak perusahaan PT. PLN Persero yaitu PT. Indonesia Comnets Plus (ICON+) sebagai Admin Aktivasi selama setahun.

Pada awal tahun 2019 penulis kemudian memutuskan untuk melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri yang ada di Kota Palopo tepatnya di Institut Agama Islam Negeri Palopo dengan mengambil program studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.