

SKRIPSI

**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* PADA MAHASISWA FEBI
IAIN METRO**

Oleh:

**SOFHIA SOFA
NPM. 1903010066**



**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H/ 2023 M**

**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE* PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

SOFHIA SOFA
NPM 1903010066

Pembimbing : Zumaroh, M.E.Sy

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H/ 2023 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan untuk Permohonan untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah saya mengadakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka skripsi yang disusun oleh :

Nama : SOFHIA SOFA
NPM : 1903010066
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 15 Juni 2023
Dosen Pembimbing



Zumaroh, M.E.Sy
NIP.1979042220060420002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* PADA MAHASISWA FEBI
IAIN METRO.
Nama : SOFHIA SOFA
NPM : 1903010066
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Monaqosahkan dalam sidang Monaqosah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri (IAIN) Metro.

Metro, 15 Juni 2023
Dosen Pembimbing



Zumaroh, M.E.Sy
NIP.1979042220060420002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metro.univ.ac.id E-mail: iainmetro@metro.univ.ac.id

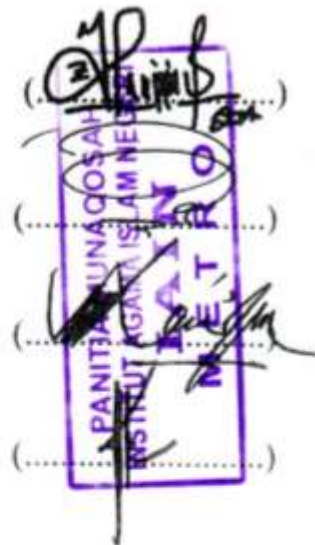
PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-2466/In.28.3/D/PP.00.9/06/2023

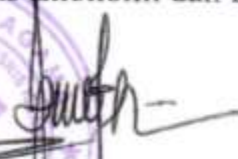
Skripsi dengan Judul: PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO, disusun oleh: Sofhia Sofa, NPM: 1903010066, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Jumat/23 Juni 2023

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Zumaroh, M.E.Sy
Penguji I : Suci Hayati, M.S.I
Penguji II : Reonika Puspita Sari, M.E.Sy
Sekretaris : Lilis Renfiana, M.E



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

ABSTRAK

PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO

Oleh:

SOFHIA SOFA

NPM. 1903010066

Gaya hidup remaja maupun dewasa saat ini baik laki-laki maupun perempuan memiliki tuntutan untuk menunjukkan penampilan dengan daya tarik yang baik sudah membuat kosmetik khususnya *skincare* sebagai suatu kebutuhan yang sudah seharusnya dimiliki sehingga menjadikan perindustrian di bidang kecantikan baik kosmetik berupa *make up* ataupun *skincare* mengalami perkembangan signifikan. Banyaknya jenis-jenis produk *skincare* yang tersebar di pasaran menyebabkan para konsumen semakin selektif dalam memilih suatu produk *skincare* yang akan digunakan, tidak hanya ditinjau dari bahan baku dan proses pembuatan tetapi juga label halal yang terdapat pada kemasan produk *skincare*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro angkatan 2019. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian lapangan, bersifat deskriptif kuantitatif. Sumber data yang peneliti gunakan adalah sumber data primer yang diperoleh dari Mahasiswa FEBI IAIN Metro, dan data sekunder yang diperoleh dari buku-buku, internet dan kepustakaan lainnya. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa FEBI IAIN Metro mengambil keputusan pembelian produk *skincare* dengan memperhatikan adanya label halal yang tertera pada kemasan produk, pemilihan produk berlabel halal didasarkan pada keyakinan mahasiswa untuk membeli produk *skincare* berlabel halal.

Kata kunci: *Skincare*, Label Halal, Keputusan Pembelian

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sofhia Sofa

Npm : 1903010066

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian- bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 15 Juni 2023



24DAKX345425116

Sofhia Sofa

NPM. 1903010066

MOTTO

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۖ وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١١٤﴾

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya”.(QS. An-Nahl: 114)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan hidayah-Nya, maka akan saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Terimakasih kepada almarhum Ayah saya M. Ahlal Bazar dan terimakasih untuk Ibu Desma Bety atas perjuangannya selama ini yang senantiasa memberikan dukungan penuh, baik dukungan moril berupa doa dan motivasi maupun dukungan materil.
2. Terimakasih kepada kakak-kakak saya dan seluruh keluarga besar lainnya yang selalu mendukung dan memberikan semangat serta motivasi untuk saya.
3. Terimakasih kepada seluruh Dosen FEBI IAIN Metro yang telah memberikan ilmu dan membimbing saya selama masa perkuliahan, khususnya kepada Ibu Zumaroh, M.E.Sy selaku pembimbing skripsi dan Ibu Suci Hayati, S.Ag, Msi selaku pembimbing akademik saya.
4. Terimakasih kepada teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2019 khususnya Ekonomi Syariah kelas C yang telah membantu dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Terimakasih kepada almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Upaya penyelesaian skripsi ini, Peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag. PIA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
2. Ibu Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Yudistira Ardana, M.E.K Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Zumaroh, M.E.Sy Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan

Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka peneliti mengharapkan kritik dan saran yang positif untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik. Peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah

dilakukan dapat bermanfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang
Ekonomi Syariah.

Wa'alaikum Salam Wr. Wb.

Metro, 15 Juni 2023
Peneliti,

SOFHIA SOFA
NPM. 1903010066

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
F. Penelitian Relevan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Keputusan Pembelian Produk.....	15
1. Pengertian Keputusan Pembelian	15
2. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	15
3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	17
B. Label Halal	19
1. Pengertian Label Halal.....	19

2. Proses Labelisasi Halal	21
3. Indikator Label Halal	22
C. Produk <i>Skincare</i>	23
D. Kerangka Berpikir	25
E. Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	27
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	28
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	30
1. Populasi Penelitian	30
2. Sampel Penelitian	30
3. Teknik Sampling.....	32
D. Teknik Pengumpulan Data	32
1. Kuesioner.....	32
2. Dokumentasi	33
E. Instrumen Penelitian.....	33
F. Teknik Analisis Data.....	35
1. Uji Reliabilitas	35
2. Uji Validitas	35
3. Uji Asumsi Klasik	36
4. Uji Hipotesis	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	38
1. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.....	38
2. Karakteristik Responden.....	41
B. Hasil Penelitian	47
1. Hasil Jawaban Responden	47

2. Analisis Data.....	50
C. Pembahasan Hipotesis.....	56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAK

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa FEBI IAIN Metro angkatan 2019.....	5
Tabel 1.2 Penelitian Relevan.....	9
Tabel 1.3 Jumlah Mahasiswa FEBI IAIN Metro Angkatan 2019	28
Tabel 1.4 Skala Likert.....	32
Tabel 1.5 Kisi-Kisi Instrumen.....	32
Tabel 2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi.....	39
Tabel 2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 2.3 Distribusi Responden Berdasarkan Uang Bulanan	41
Tabel 2. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Produk <i>Skincare</i>	42
Tabel 2. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Label Halal	48
Tabel 3.1 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian ..	49
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Label Halal.....	52
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 3.5 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.1 Hasil Uji Autokorelasi	54
Tabel 4.2 Hasil Uji t.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Bimbingan Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Lulus Plagiasi
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Dokumentasi Penelitian
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesehatan dan kecantikan kulit belakangan ini menjadi hal yang cukup penting bagi masyarakat baik orang dewasa maupun para remaja. Produk perawatan kulit seakan menjadi kebutuhan pokok yang harus terpenuhi bukan hanya perempuan saja namun laki-laki juga menggunakan produk perawatan kulit supaya terlihat lebih menarik.¹ Gaya hidup remaja maupun dewasa saat ini baik laki-laki maupun perempuan memiliki tuntutan untuk menunjukkan penampilan dengan daya tarik yang baik sudah membuat kosmetik khususnya *skincare* sebagai suatu kebutuhan yang sudah seharusnya dimiliki sehingga menjadikan perindustrian di bidang kecantikan baik kosmetik berupa *make up* ataupun *skincare* mengalami perkembangan signifikan.²

Pemakaian *skincare* dikalangan masyarakat Indonesia khususnya remaja saat ini sudah menjadi suatu kebutuhan primer. Pemakaian *skincare* dikalangan remaja biasanya dilandasi dengan rasa kaingintahuan yang besar dan menginginkan keadaan ideal dengan cara memakai *skincare* untuk merawat kulit dan menunjang penampilan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan diri. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sri Windarti pada

¹ Dentaruni Cahya Purnomo, Muntri Yanti, and Adhika Pramita Widyassari, "Pemilihan Produk Skincare Remaja Milenial Dengan Metode Simple Additive Weighting (Saw)," *Jurnal Ilmiah Intech: Information Technology Journal of UMUS* 3, no. 01 (2021): 32–41.

² Iflachah Lailatul Riha, Octaverina Kecvara Pritasari, and Sri Dwiyantri, "Analisis Perbandingan Minat Konsumen Remaja Putri Siswa SMK Pariwisata Terhadap Produk Kosmetik *Skincare* Antara Produk Lokal di Surabaya dan Produk Luar Negeri (Korea), *e-journal*, no. 3 (2021): 182.

santri putri pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang, mengatakan bahwa pemakaian *skincare* dikalangan remaja putri mulai mendapat perhatian, selain untuk kecantikan juga untuk kesehatan yang sangat dibutuhkan.³

Kebutuhan akan perawatan kulit dan kecantikan yang meningkat saat ini, menjadikan perusahaan-perusahaan produk kecantikan dan kesehatan kulit mengeluarkan berbagai macam jenis produk diantaranya adalah *facial wash*, *mouisturizer*, toner, masker wajah, serum, tabir surya dan lain-lain. Dari banyaknya jenis-jenis produk *skincare*, produk yang umum digunakan dikalangan masyarakat khususnya kaum perempuan adalah *facial wash* (sabun wajah), tabir surya, *mouisturizer* (pelembab) dan toner. Sedangkan pada kaum laki-laki produk *skincare* yang umum digunakan adalah *facial wash* (sabun wajah).

Banyaknya jenis-jenis produk *skincare* yang tersebar di pasaran baik online maupun offline dan yang terdapat di *e-commerce* menyebabkan para konsumen semakin selektif dalam memilih suatu produk *skincare* yang akan digunakan. Dalam memilih produk *skincare* yang akan digunakan konsumen melakukan perbandingan dengan produk lainnya dan akan menimbulkan evaluasi dan menentukan sebuah keputusan pembelian. Saat melakukan keputusan pembelian, salah satu tahapan adalah dengan mempersepsi produk tersebut.

Persepsi suatu produk akan kualitas melibatkan pada beberapa isu yang menjadi faktor preferensi atau kesukaan konsumen. Adanya atribut intrinsik

³ Sri Windarti, "Kebiasaan Pemakaian Skincare Santri Putri Pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang", *e-journal* 11, no.1 (2022): 124.

serta ekstrinsik yang menjadi pembeda merek satu dengan yang lainnya. Atribut intrinsik pada produk *skincare* ini seperti, tekstur, warna, aroma dan penampilan. Atribut ekstrinsik adalah aspek yang tidak terkait dengan fisik produk, seperti nama merek, harga, dan informasi produk.⁴

Atribut produk menjadi unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan membeli. Atribut yang dimaksud sebagai media informasi konsumen untuk memperoleh kepercayaan terhadap produk secara lahir batin adalah label halal. Berdasarkan Pasal 39 UU Nomor 33 tahun 2014 pencantuman label halal harus mudah dilihat dan dibaca serta tidak mudah dihapus, dilepas, dan dirusak.⁵

Label halal merupakan suatu tanda produk telah terjamin kehalalannya dan memiliki sertifikasi halal yang diterbitkan BPJH. Karena itu, pencantuman label halal Indonesia wajib dilakukan pada kemasan produk. Sesuai ketentuan Pasal 25 UU Nomor 33 tentang Jaminan Produk Halal, pencantuman label halal merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikat halal, disamping kewajiban menjaga kehalalan produk secara konsisten, memastikan terhindarnya seluruh aspek produksi dari produk tidak halal, memperbarui sertifikat halal jika masa berlaku sertifikat halal berakhir, dan melaporkan perubahan komposisi bahan kepada BPJH.⁶

⁴ Wifka Rahma Syaui dan Diyah Ayu Amalia Avina, "Persepsi Dan Preferensi Penggunaan Skincare Pada Perempuan Milenial Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran", *Jurnal Manajemen Komunikasi* 4, no.2 (2020): 47.

⁵ <https://www.kominfo.go.id/>

⁶ <https://diskominfo.kaltimprov.go.id/>

Pencantuman label halal pada kemasan produk *skincare* memudahkan konsumen untuk mengidentifikasi produk yang akan digunakan bebas dari bahan kimia berbahaya dan bahan tidak halal lainnya. Penggunaan *skincare* tanpa label halal artinya siap untuk menerima konsekuensi dari produk yang digunakan mulai dari perubahan warna kulit yang memerah atau munculnya bitnik-bintik hitam, iritasi kulit, hingga kanker kulit.

Berdasarkan pembahasan diatas, maka peneliti melakukan penelitian pada mahasiswa FEBI IAIN Metro Angkatan 2019. FEBI merupakan satu dari empat fakultas yang ada di IAIN Metro dengan jumlah mahasiswa aktif dari angkatan 2016 sampai angkatan 2022 sebanyak 2.009 mahasiswa⁷. FEBI dibentuk pada tahun 2017 setelah di tahun 2016 ada perubahan status dari STAIN Jurai Siwo menjadi IAIN Metro sehingga mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro memiliki empat program studi yaitu Ekonomi Syariah, Manajemen Haji dan Umroh, Perbankan Syariah, dan Akuntansi Syariah.⁸ Mahasiswa FEBI IAIN Metro secara keseluruhan beragama Islam dan pengguna produk kecantikan berupa *skincare* dan kosmetik, sehingga peneliti mengambil penelitian ini pada mahasiswa FEBI IAIN Metro.

⁷ data.metrouniv.ac.id

⁸ Widhiya Ninsiana et al., *Buku Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro*, (Metro: FEBI IAIN Metro, 2019): 8.

Tabel 1.1**Jumlah Mahasiswa FEBI IAIN Metro Angkatan 2019**

No.	Program Studi	L	P	Jumlah
1	Ekonomi Syariah (ESY)	65	140	205
2	Perbankan Syariah (PBS)	23	98	121
3	Akuntansi Syariah (AKS)	17	56	73
4	Manajemen Haji dan Umroh (MHU)	12	19	31
Jumlah Mahasiswa FEBI 2019				430

Sumber: data.metrouniv.ac.id

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro menjadi perwakilan komunitas muslim yang memakai atau menjadi konsumen dari produk *skincare*. Mahasiswa ini merupakan salah satu komunitas yang membutuhkan produk *skincare* untuk menjaga dan menunjang penampilan seperti pemakaian sabun wajah (*facial wash*). Semakin banyak produk *skincare* yang beredar dipasaran dan mempunyai keunggulannya masing-masing membuat para mahasiswa lebih selektif lagi dalam memilih produk apa yang akan digunakannya, tidak hanya ditinjau dari bahan baku dan proses pembuatan tetapi juga label halal yang terdapat pada kemasan produk *skincare* dikarenakan masih banyak produk *skincare* yang tidak memakai label halal.

Berdasarkan survey yang dilakukan peneliti kepada beberapa mahasiswa FEBI IAIN Metro bahwa masih ada sebagian mahasiswa yang pernah dan memakai produk *skincare* tanpa label halal dikarenakan kandungan yang terdapat dalam produk cocok dengan kondisi kulit wajah konsumen tersebut. Adapun mahasiswa yang pernah memakai produk *skincare* tanpa label halal dikarenakan rasa penasaran untuk mencoba produk

tersebut. Namun ada banyak mahasiswa FEBI IAIN yang menggunakan produk *skincare* dengan memperhatikan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk.

Rosidah mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro angkatan 21, menggunakan serangkaian *skincare* berupa *facial wash, day cream, night cream, mouisturizer, sunscreen*. *Skincare* yang digunakan berlabel halal dengan merk MS Glow karena kandungan yang sesuai dengan keinginan dan kondisi kulit, dimana produk tersebut memiliki kandungan vitamin c yang dapat mencerahkan kulit.⁹

Ariyadi mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Metro angkatan 22, merupakan pengguna *skincare, skincare* yang digunakan merupakan *facial wash* yang memiliki label halal dengan merk Garnier Men.¹⁰

Dwi Annisa Fitri mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro angkatan 19, saat ini menggunakan *skincare* dari klinik kecantikan Arsyila yang ada di Kota Metro karena tertarik dengan jenis-jenis yang ada dan kandungan yang terdapat dalam setiap produk *skincare* yang ada di klinik Arsyila, jenis produk yang dipakai adalah *facial wash, toner, sunscreen*, dan serum. Dwi annisa mengaku pernah menggunakan produk tanpa label halal karena ingin mencoba produk tersebut dan mengikuti teman-teman yang lebih dulu sudah

⁹ Wawancara dengan Rosidah Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 21 pada tanggal 7 Februari 2023

¹⁰ Wawancara dengan Ariyadi Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 22 pada tanggal 7 Februari 2023

menggunakan produk tersebut. Produk tanpa label halal yang digunakan saat itu adalah Hada Labo yang merupakan produk Jepang.¹¹

Yunita Yusuf mahasiswi Akuntansi Syariah angkatan 19 merupakan pengguna skincare dengan berbagai jenis yaitu, *facial wash*, *sunscreen*, eksfoliasi dan masker-masker wajah, Yunita juga pernah menggunakan produk *skincare* tanpa label halal khususnya pada jenis masker wajah dan eksfoliasi yang dipakai, Yunita menggunakan produk tersebut karena coba-coba dan melihat keuntungan yang ditawarkan pada produk tersebut.¹²

Dari uraian dan hasil survey diatas maka peneliti melakukan penelitian dengan menjadikan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro sebagai objek populasi. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti apakah label halal yang terdapat pada kemasan produk *skincare* berpengaruh dalam menentukan keputusan pembelian. Dengan ini penulis menggunakan judul “PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO”.

B. Identifikasi Masalah

Pencantuman label halal pada kemasan produk *skincare* memudahkan konsumen untuk mengidentifikasi produk yang akan digunakan bebas dari bahan kimia berbahaya dan bahan tidak halal lainnya. Penggunaan *skincare* tanpa label halal artinya siap untuk menerima konsekuensi dari produk yang

¹¹ Wawancara dengan Dwi Annisa Fitri Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 19 pada tanggal 9 Februari 2023

¹² Wawancara dengan Yunita Yusuf Mahasiswi Akuntansi Syariah Angkatan 19 pada 30 Januari 2023

digunakan mulai dari perubahan warna kulit yang memerah atau munculnya bitnik-bintik hitam, iritasi kulit, hingga kanker kulit.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan peneliti pada beberapa konsumen produk *skincare* mahasiswa FEBI IAIN Metro memperoleh bahwa ada sebagian mahasiswa yang masih menggunakan dan tidak memperhatikan label halal yang tercantum pada kemasan produk *skincare* sebelum membelinya.

C. Batasan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah, maka peneliti menetapkan batasan masalah mengenai pengaruh pencantuman label halal yang terdapat pada produk *skincare* dan subjek penelitiannya adalah mahasiswa FEBI IAIN Metro angkatan 2019.

D. Rumusan Masalah

Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *skincare*?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk menguji hipotesis terkait pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Metro angkatan 2019.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi konsumen muslim pada produk *skincare* mengenai pentingnya label halal pada kemasan produk.

F. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi uraian mengenai hasil penelitian terdahulu dengan persoalan yang akan dikaji. Berikut adalah penelitian yang relevan dengan permasalahan yang diteliti pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 1.2
Penelitian Relevan

No	Nama Peneliti	Judul dan Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Yulita Hansri	SKRIPSI Pengaruh Lable Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> (Studi Kasus pada Mahasiswi Administrasi	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel halal mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk	Penelitian ini tidak hanya meneliti mengenai pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian saja tetapi juga mengetagui bagaimana keputusan

		Bisnis Angkatan 2016-2019 FISIPOL UIR). Tahun 2022.		<i>skincare</i> dapat dikategorikan baik. Dengan demikian hipotesis yang ditetapkan terhadap Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> diterima.	pembelian dan label halal produk pada mahasiswi administrasi bisnis fisipol Universitas Islam Riau.
2.	Diah Ayu Retno Palupi	SKRIPSI Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Produk <i>Skincare</i> dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Penelitian Pada Konsumen Produk <i>Skincare</i> Kota Bandar Lampung). Tahun 2022	Metode Kuantitatif	Berdasarkan hasil dari perhitungan menurut prespektif islam variabel minat beli, label halal, dan religiusitas pada penelitian ini dalam kategori baik yaitu berdasarkan hasil penilaian indikator yang mewakili variabel label	Pada penelitian ini, fokus pengamatannya adalah bagaimana pengaruh label halal dan religiusitas dapat memoderasi keduanya dengan objek penelitian konsumen produk <i>skincare</i> yang ada di Kota Bandar Lampung.

				halal dalam prespektif Islam mempunyai rata-rata tertinggi yaitu 3,95. Berdasarkan hasil penelitian indikator yang mewakili variabel religiusitas dalam prespektif Islam mempunyai rata-rata tertinggi yaitu 3,98 yaitu berarti berpengaruh dengan baik.	
3.	Ronaldo Klisman	SKRIPSI Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik SAFI (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik	Penelitian ini berfokus pada label halal, kualitas produk, dan harga pada keputusan pembelian produk Safi.

		Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau). Tahun 2021		safi. Sedangkan harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik safi. Hasil pengujian secara simultan atau Bersama-sama diperoleh bahwa label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik safi.	
4.	Bunga Imah	SKRIPSI Pengaruh Kesadaran Halal dan Labe Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk	Metode Kuantitaif	Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan secara parsial (Uji T) pada penelitian ini. variabel	Penelitian ini meneliti kesadaran label halal dan label halal terhadap keputusan pembelian

		Kosmetik (Pada Konsumen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi). Tahun 2020		kesadaran halal diketahui besarnya nilai t hitung variabel kesadaran halal adalah sebesar 2.615 < 1.985 t tabel dan signifikansi pada 0,010 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kesadaran halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik.	produk kosmetik pada mahasiswa FEBI UIN STS Jambi.
--	--	---	--	---	--

Dari beberapa penelitian diatas dapat diketahui bahwa terdapat kesamaan pada penelitian ini yaitu metode dan variabel yang digunakan. Adapun perbedaan penelitian ini dengan empat penelitian diatas terletak pada fokus penelitiannya. Fokus penelitian ini adalah pengaruh pencantuman label halal atau ada tidaknya label halal pada suatu kemasan produk *skincare* yang beredar dipasaran. Sehingga peneliti mengambil penelitian mengenai

Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro Angkatan 2019.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Keputusan Pembelian Produk

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan oleh konsumen akan pembelian yang menggabungkan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia dipengaruhi oleh beberapa faktor. Keputusan pembelian diambil setelah melalui beberapa perhitungan dan pertimbangan alternatif. Sebelum pilihan diwujudkan, ada beberapa tahap yang mungkin akan dilalui oleh pembuat keputusan.

Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa diawali dengan adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan dan menyadari adanya masalah selanjutnya, maka konsumen akan melakukan beberapa tahap yang pada akhirnya sampai pada tahap evaluasi pasca pembelian.¹

2. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian

Keputusan konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, baik pengaruh yang sifatnya internal, maupun faktor dari luar konsumen. perubahan formasi sikap dan perilaku konsumen merupakan interaksi kompleks antara faktor individual konsumen (*psychological factor* dan *individual*

¹ Rudy Irwansyah et al., *Perilaku Konsumen* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021):13.

factor), faktor lingkungan (*cultur* dan *social factor*) dan *marketing mix* dimana konsumen mengevaluasi ransangan dan selanjutnya ransangan mempengaruhi sikap.²

Menurut Kotler dan Amstrong mengemukakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh ransangan (stimuli) yang terdiri dari ransangan pemasaran (produk, harga, saluran pemasaran dan promosi) serta ransangan lain yang terdiri dari faktor ekonomi, teknologi, politik dan budaya. Ransangan pemasaran dan lingkungan memasuki kesadaran pembeli. Karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusannya akan menimbulkan keputusan pembelian tertentu. Menurut Shiffman dan Kanuk, proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor usaha pemasaran perusahaan (produk, promosi, harga dan saluran distribusi) dan faktor sosial budaya (keluarga, sumber informasi, sumber non-komersial, kelas sosial, budaya dan sub-budaya).³

Pengaruh pemasaran perusahaan berupa produk, harga, promosi juga mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, dimana situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk, jika indikator ekonomi menunjukkan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, memposisikan dan menetapkan harga kembali untuk produk mereka secara seksama. Beberapa pemasar menargetkan konsumen yang mempunyai banyak uang dan sumber daya, menetapkan harga yang sesuai. Sedangkan pengaruh

² Mashur Razak, *Perilaku Konsumen* (Makassar: Alauddin University Press, 2016): 204.

³ *Ibid*, 205

dari faktor sosial budaya memposisikan seseorang dalam masing-masing kelompok sehingga dapat didefinisikan dalam peran dan status. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dilakukan seseorang sesuai dengan orang-orang sekitarnya. Masing-masing peran membawa status yang mencerminkan nilai umum yang diberikan kepadanya oleh masyarakat.⁴

3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Proses keputusan pembelian dimulai apabila konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan terhadap suatu produk yang diinginkan. Proses pembelian menggambarkan alasan mengapa seseorang lebih menyukai, memilih dan membeli suatu produk dengan merk tertentu.⁵

Menurut Kotler dan Armstrong, proses keputusan pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut:

a. Pengenalan Masalah

Keputusan pembelian diawali dengan adanya keinginan dan kebutuhan konsumen. Kebutuhan tersebut dapat digerakan oleh rangsangan dari dalam diri konsumen maupun berasal dari luar diri konsumen.

b. Pencarian Informasi

Konsumen mencari informasi, baik yang berasal dari pengetahuannya maupun berasal dari luar. Sumber informasi konsumen digolongkan kedalam empat kelompok, yaitu:

⁴ Helsy Zella Rafita, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung)," *Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung: Tidak Diterbitkan*, 2017.

⁵ Andrian et al, *Perilaku Konsumen* (Malang: Rena Cipta Mandiri, 2022): 109

- 1) Sumber pribadi yang terdiri dari keluarga, teman, tetangga, dan kenalan
- 2) Sumber komersial yang terdiri dari iklan, wiraniaga, penyalur, dan kemasan
- 3) Sumber public yang terdiri dari media masa, organisasi penentu peringkat konsumen
- 4) Sumber pengalaman yang terdiri dari pengalaman dalam penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk.⁶

c. Evaluasi Alternatif

Dalam beberapa keadaan, konsumen menggunakan perhitungan dengan cermat dan pemikiran logis. Pada waktu lain, konsumen yang sama hanya sedikit mengevaluasi atau tidak sama sekali, mereka membeli berdasarkan dorongan sesaat atau tergantung pada intuisi. Kadang-kadang konsumen mengambil keputusan membeli sendiri, kadang-kadang mereka bertanya pada teman, petunjuk bagi konsumen, atau wiraniaga untuk memberi saran pembelian.

Setelah informasi diperoleh, konsumen mengevaluasi berbagai alternatif pilihan dalam memenuhi kebutuhan tersebut seperti, membeli sabun cuci muka dengan melihat komposisi yang digunakan, banyaknya isi sabun, harga.

⁶ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017): 88

d. Keputusan Pembelian

Pada umumnya, keputusan membeli konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat untuk membeli dan keputusan untuk membeli. Faktor pertama adalah sikap orang lain, yaitu pendapat dari orang lain mengenai harga, merek yang akan dipilih konsumen. Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak diharapkan, harga yang diharapkan dan manfaat produk yang diharapkan.⁷

e. Evaluasi Pasca Pembelian

Apabila produk yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka konsumen akan merubah sikapnya terhadap merek produk tersebut menjadi negatif. Sebaliknya, bila konsumen mendapat kepuasan dari produk yang dibelinya, maka produk tersebut mendapat nilai positif dan adanya keinginan untuk membeli produk tersebut.⁸

Rangkaian dari proses pengambilan keputusan pembelian tersebut yang akan menjadi indikator penilaian keputusan pembelian produk *skincare* dalam penelitian ini.

B. Label Halal

1. Pengertian Label Halal

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang di maksud

⁷ Indah Wahyu Utami, *Perilaku Konsumen Analisis Perilaku Kosnumen terhadap Keputusan Pembelian* (Surakarta: CV Pustaka Bengawan, 2017): 85.

⁸ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017): 88.

berstatus produk halal. Kegiatan labelisasi halal dapat diperoleh dari LPPOM MUI berupa sertifikasi halal. Sertifikasi halal dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui apakah suatu barang yang diproduksi suatu perusahaan telah memenuhi ketentuan halal.⁹

Gambar 1
Label Halal MUI



Sumber: <https://www.kemenag.go.id>

Label Halal Indonesia telah ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kemenag dan berlaku secara nasional. Ketentuan ini tertuang dalam Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal sebagai pelaksanaan amanat Pasal 37 UU Nomor 33 Tahun 2014.¹⁰

Label halal MUI berlaku selama 2 tahun, diantara interval waktu 2 tahun akan diadakan pemeriksaan mendadak terhadap perusahaan yang

⁹ Nurlaela et al, "Produk Halal Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen" (Gowa, Sulawesi Selatan: Pusaka Almaida, 2021): 38.

¹⁰ <https://www.kemenag.go.id/>

sudah memiliki label halal tersebut. Jika dalam sidak diketahui perusahaan tersebut melakukan pelanggaran perjanjian sertifikasi halal maka perusahaan tersebut akan diberi sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Jika masa berlakunya label sudah berakhir maka perusahaan berkewajiban mengembalikan label tersebut kepada MUI dan mengajukan permohonan sertifikasi halal sesuai dengan prosedur awal.¹¹

2. Proses Labelisasi Halal

Setiap perusahaan yang telah mencantumkan label halal pada setiap kemasan produknya harus telah memiliki sertifikat halal dari LPPOM MUI. Namun sebelum sertifikat halal diberikan kepada perusahaan, ada beberapa proses yang harus dilalui agar sertifikat halal dapat diberikan. Berikut ini adalah tahapan yang dilewati perusahaan yang akan mendaftar proses sertifikasi halal:

- a. Memahami persyaratan sertifikasi halal dan mengikuti pelatihan SJH (Sistem Jaminan Halal) yang diadakan LPPOM MUI.
- b. Menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH), antara lain: penetapan kebijakan halal, penetapan Tim Manajemen Halal, pembuatan Manual SJH, pelaksanaan pelatihan, penyiapan prosedur terkait SJH, pelaksanaan internal audit dan kaji ulang manajemen.
- c. Menyiapkan dokumen sertifikasi halal, antara lain: daftar produk, daftar bahan dan dokumen bahan, daftar penyembelih (khusus RPH), matriks produk, Manual SJH, diagram alir proses, fasilitas produksi,

¹¹ Nurlaela et al, "Produk Halal Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen" (Gowa, Sulawesi Selatan: Pusaka Almada, 2021): 39.

bukti sosialisasi kebijakan halal, bukti pelatihan internal dan bukti audit internal.

- d. Melakukan pendaftaran sertifikasi halal (upload data) secara online di sistem Cerol (Certification Online) melalui website www.e-lppommui.org.
- e. Melakukan monitoring pre audit dan pembayaran akad sertifikasi
- f. Pelaksanaan audit. Audit dapat dilaksanakan apabila perusahaan sudah lolos pre audit dan akad sudah disetujui. Audit dilaksanakan di semua fasilitas yang berkaitan dengan produk yang disertifikasi.
- g. Melakukan monitoring pasca audit. Monitoring pasca audit disarankan dilakukan setiap hari untuk mengetahui adanya ketidaksesuaian pada hasil audit, dan jika terdapat ketidaksesuaian agar dilakukan perbaikan.
- h. Memperoleh Sertifikat halal. Perusahaan dapat mengunduh Sertifikat halal dalam bentuk softcopy di Cerol. Sertifikat halal yang asli dapat diambil di kantor LPPOM MUI Jakarta dan dapat juga dikirim ke alamat perusahaan.¹²

3. Indikator Label Halal

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999, indikator label halal adalah:

- a. Gambar Merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan dsb.) dibuat dengan coretan alat tulis.

¹² Tengku Putri Lindung Bulan et al, "Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6, no. 2 (July 24, 2018): 731.

- b. Tulisan Merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
- c. Kombinasi Gambar dan Tulisan Merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.
- d. Menempel pada Kemasan Dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat, (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk).¹³

C. Produk *Skincare*

Skincare atau perawatan kulit adalah suatu rangkaian yang digunakan pada wajah untuk menjaga dan merawat kesehatan kulit wajah dari paparan polusi dan paparan sinar uv yang dapat menyebabkan kulit wajah menjadi kusam dan berjerawat serta menimbulkan bitnik-bintik hitam, dan masalah kulit lainnya. *Skincare* merupakan suatu produk yang tergolong dalam produk kosmetika, kosmetika dibagi menjadi dua yaitu, kosmetika riasan wajah dan kosmetika perawatan kulit.¹⁴

Kosmetik perawatan kecantikan dapat diperoleh dari berbagai macam bentuk yang tersedia, salah satunya dalam bentuk masker wajah gel *peel off* yang bermanfaat untuk memperbaiki masalah kulit wajah dan melembabkan. Selain itu adapun macam-macam jenis produk *skincare* yaitu, sabun cuci

¹³ *Ibid*, 732.

¹⁴ Dwi Sukristiani, "Pengetahuan Tentang Kosmetika Perawatan Kulit Wajah Dan Riasan Pada Mahasiswi Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang," (Padang, September 2014): 4.

muka (*facial wash*), *toner*, pelembab (*moisturizer*), serum wajah, dan tabir surya (*sunscreen*).

Skincare merupakan komoditas produk utama kosmetika yang menjadi konsumsi perempuan untuk menjaga kecantikan diri. Selain perempuan, saat ini sudah banyak laki-laki yang sadar akan pentingnya *skincare* dan memakai produk *skincare* untuk menjaga kesehatan kulitnya. Pentingnya penggunaan *skincare* dapat dilihat dari survey yang dilakukan MarkPlus, Inc dan ZAP Beauty Index tahun 2018, menunjukkan bahwa mayoritas perempuan memulai konsumsi *skincare* sejak berusia kurang dari 13 tahun.

Khusus di Indoneisa konsumen muslim produk *skincare* dilindungi oleh LPPOM MUI dengan memberikan sertifikat halal pada produk *skincare* yang memenuhi kriteria kehalalan sesuai syari'at Islam. Dalam *World Halal Food Council* di Kuala Lumpur Auditorium dan staf ahli LPPOM MUI mengungkapkan bahan-bahan yang merupakan titik kritis kehalalan dalam kosmetik, diantaranya:

- a. Lemak dan turunannya (*gliserin, stearic, dan acid*) yang biasanya sebagai bahan pembuatan lipstick, sabun, krim dan lotion yang berasal dari hewan.
- b. Kolagen dan Elastin berguna untuk menjaga kelenturan kulit. Zat ini sering digunakan sebagai produk pelembab. Zat ini merupakan jaringan yang berasal dari hewan.

- c. Ekstrak Placenta dan amnion (cairan ketuban). Biasanya digunakan untuk peremajaan kulit dan biasanya diperoleh dari hewan, serta beberapa zat lain yang dapat berasal dari hewan yang diharamkan.¹⁵

Survey juga menunjukkan pengguna *skincare* utama adalah konsumen perempuan pada rentang usia 19 sampai 23 tahun, usia yang masuk pada kategori generasi milenial.¹⁶ Dari hasil survey tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian mengenai pengaruh label halal yang terdapat pada produk *skincare* ini kepada Mahasiswa FEBI IAIN Metro Angkatan 2019 dengan rata-rata usia mahasiswa 21 tahun.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.¹⁷ Variabel penelitian yang digunakan adalah pencantuman label halal sebagai independen variable, sedangkan keputusan pembelian sebagai dependen variable.

Dalam penelitian ini, dengan adanya label halal diharapkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk *skincare*, dengan menggunakan produk halal maka akan memberikan rasa aman dan terhindar

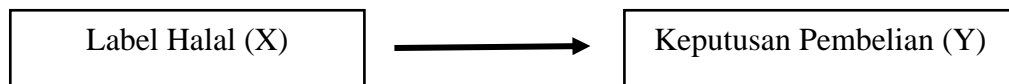
¹⁵ Helsy Zella Rafita, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung)," *Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung: Tidak Diterbitkan*, 2017.

¹⁶ Wifka Rahma Syaumi dan Diah Ayu Amalia Avina, "Persepsi Dan Preferensi Penggunaan Skincare Pada Perempuan Milenial Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran," *Jurnal Manajemen Komunikasi* 4, no. 2, (Malang: April 2020): 43.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 2nd ed. (Bandung: Alfabeta, 2021): 95.

dari bahan haram dan kimia berbahaya lainnya. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan:

Gambar 2
Kerangka Berpikir



E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dalam permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Perumusan hipotesis ini berdasarkan kerangka berpikir yang telah dipaparkan, maka peneliti mengajukan sebuah hipotesis yaitu sebagai berikut:

Ho = Label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli produk *skincare* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro angkatan 2019.

Ha = Label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *skincare* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro angkatan 2019.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Rencana penelitian mencakup garis besar dari apa yang akan dilakukan oleh seorang peneliti. Dalam skripsi ini peneliti menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif.

Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan data analisis menggunakan statistik.¹

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian lapangan (*field research*) untuk mengetahui tentang pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk *skincare* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro angkatan 2019. Peneliti melakukan penelitian ini pada mahasiswa FEBI IAIN Metro angkatan 2019 ini dikarenakan secara keseluruhan mahasiswa beragama Islam, memakai produk *skincare* dan berusia 21-23 tahun. Untuk itu peneliti melakukan penelitian pada mahasiswa FEBI IAIN Metro angkatan 2019.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 2nd ed. (Bandung: Alfabeta, 2021): 16.

B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel ini sering disebut sebagai *variable stimulus, predictor, antecedent*. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah label halal (X).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat sering disebut sebagai variabel *output, kriteria, konsekuen*. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.³ Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Definisi operasional variabel dimaksudkan untuk memberikan suatu kejelasan untuk operasional dan masing-masing variabel. Definisi operasional dalam penelitian ini yaitu:

² *Ibid*, 67

³ *Ibid*, 69

1. Label Halal (X)

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus produk halal.⁴ Indikator label halal sebagai berikut

- a. Gambar merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan dsb.) dibuat dengan coretan alat tulis.
- b. Tulisan merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
- c. Kombinasi Gambar dan Tulisan merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.
- d. Menempel pada Kemasan dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat, (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan.⁵

2. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan oleh konsumen akan pembelian yang mengombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia dipengaruhi oleh beberapa faktor.⁶

- a. Pengenalan kebutuhan
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternative

⁴ Nurlaela et al, "Produk Halal Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen" (Gowa, Sulawesi Selatan: Pusaka Almaida, 2021): 38.

⁵ Tengku Putri Lindung Bulan et al, "Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6, no. 2 (July 24, 2018): 732.

⁶ Rudy Irwansyah et al., *Perilaku Konsumen* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021):13.

- d. Keputusan pembelian
- e. Perilaku pasca pembelian.⁷

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁸

Populasi yang digunakan peneliti sebagai subyek penelitian adalah mahasiswa FEBI IAIN Metro Angkatan 2019. Jumlah mahasiswa FEBI IAIN Metro Angkatan 2019 yaitu 430.

Tabel 1.3

Jumlah Mahasiswa FEBI IAIN Metro Angkatan 2019

No.	Program Studi	L	P	Jumlah
1	Ekonomi Syariah (ESY)	65	140	205
2	Perbankan Syariah (PBS)	23	98	121
3	Akuntansi Syariah (AKS)	17	56	73
4	Manajemen Haji dan Umroh (MHU)	12	19	31
Jumlah Mahasiswa FEBI 2019				430

Sumber: data.metrouniv.ac.id

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin

⁷ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017): 88

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 2nd ed. (Bandung: Alfabeta, 2021): 126.

mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁹ Dikarenakan jumlah populasi sudah diketahui maka penentuan jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, menggunakan rumus Yamane sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi yaitu mahasiswa FEBI IAIN Metro Angkatan 2019

E = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan, sebanyak 10%.

Sehingga berdasarkan rumus diatas, jumlah sampel yang dijadikan responden yaitu:

$$n = \frac{430}{1 + (430 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{430}{5,3}$$

$$n = 81,13$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 81,13 atau dibulatkan menjadi 81 responden.

⁹ *Ibid*, 127

3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel apa yang akan digunakan dalam penelitian.¹⁰ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.¹¹ Teknik sampling yang dipilih pada penelitian ini adalah *random sampling*, dimana pengambilan sampel pada semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel, yang kemudian dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini adalah 81 Mahasiswa FEBI IAIN Metro angkatan 2019.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.¹²

Dari keterangan diatas, maka peneliti menggunakan metode kuesioner tertutup untuk mengetahui data mengenai keputusan pembelian mahasiswa terhadap pencantuman label halal yang ada pada kemasan

¹⁰ *Ibid*, 128

¹¹ *Ibid*, 131

¹² *Ibid*, 199

produk *skincare*, sehingga tidak memberikan kebebasan kepada responden untuk memberikan jawaban dan pendapatnya sendiri.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya, sejarah kehidupan, ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya, gambar, film, foto. Dokumen yang berbentuk karya-karya misalnya, patung, film dan lain-lain.¹³

Dari keterangan diatas, maka peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk pengumpulan data berupa bentuk tulisan untuk mengetahui jumlah populasi dan sampel yang akan diteliti pada penelitian ini.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.¹⁴ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian

¹³ *Ibid*, 314

¹⁴ *Ibid*, 156.

indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk Menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.¹⁵

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

Tabel 1.4

Skala Likert

Sangat Setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
5	4	3	2	1

Kisi-kisi instrumen yang diperlukan untuk mengukur pengaruh label halal produk *skincare* terhadap keputusan pembelian mahasiswa FEBI IAIN Metro:

Tabel 1.5

Kisi- Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
Label Halal (X)	1. Gambar	2
	2. Tulisan	2
	3. Kombinasi gambar dan tulisan	1
	4. Menempel pada kemasan	2
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan kebutuhan	2
	2. Pencarian informasi	2
	3. Evaluasi alternatif	1

¹⁵ *Ibid*, 146

	4. Keputusan pembelian	1
	5. Perilaku pasca pembelian	2
Jumlah Kisi-Kisi Item Pertanyaan		15

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Alat ukur dikatakan reliabel jika jawaban dari kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.¹⁶

2. Uji Validitas

Validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur dan mendapatkan data yang valid. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya yang terjadi pada objek yang diteliti.¹⁷ Untuk mengetahui setiap butir instrumen valid atau tidak dapat diketahui jika korelasi antara butir dengan skor total $<0,3$ maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid, bila koefisien korelasi sama dengan atau $>0,3$ maka butir instrumen dinyatakan valid.¹⁸

¹⁶ *Ibid*, 191

¹⁷ *Ibid*, 175

¹⁸ *Ibid*, 190

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan sebelum melakukan uji hipotesis. Hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji sehingga mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal.¹⁹ Pada penelitian ini alat uji yang digunakan adalah uji *one sampling kolmogrof-smirnov*.

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi dapat diartikan sebagai adanya korelasi antara anggota observasi satu dengan observasi lain yang berlainan waktu. Autokorelasi merupakan korelasi antara satu residual dengan residual yang lain. Pengujian autokorelasi dilakukan dengan pengujian Durbin Watson dengan tingkat pengujian autokorelasi sebagai berikut:

- a. $d < d_1$, terdapat autokorelasi positif
- b. $d_1 < d < d_u$, ragu-ragu
- c. $d_u < d < 4 - d_u$, tidak terdapat autokorelasi
- d. $4 - d_1 < d$, terdapat autokorelasi negatif.²⁰

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Penggunaan analisis ini bertujuan untuk

¹⁹ *Ibid*, 234

²⁰ Ratna Wijayanti Daniar Paramita et al, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Lumajang: Widyagama Press, Maret 2021): 86.

mengetahui pengaruh antara label halal (X) terhadap keputusan pembelian (Y), dengan rumus regresi linear sederhana sebagai berikut²¹:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel Keputusan Pembelian

X : Variabel Label Halal

a : Nilai konstanta

b : Koefisien regresi

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 2nd ed. (Bandung: Alfabeta, 2021): 252.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro merupakan satu dari empat fakultas yang ada di IAIN Metro. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro resmi menjadi fakultas pada tahun 2017 dan memiliki empat program studi yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Manajemen Haji dan Umroh serta Akuntansi Syariah.¹

Jumlah mahasiswa aktif dari angkatan 2016 sampai angkatan 2022 sebanyak 2.009 mahasiswa. Sedangkan jumlah mahasiswa angkatan 19 jurusan ekonomi syariah sebanyak 205 mahasiswa, perbankan syariah sebanyak 121 mahasiswa, akuntansi syariah 73 mahasiswa, dan manajemen haji dan umroh sebanyak 31 mahasiswa sehingga jumlah keseluruhan FEBI IAIN Metro angkatan 2019 adalah 430 mahasiswa.²

a. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

1) Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

Menjadi pusat studi ekonomi dan bisnis islam yang unggul dalam sinergi *socio-eco-techno-preneurship* berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan pada tahun 2034.

¹ Widhiya Ninsiana et al., *Buku Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro*, (Metro: FEBI IAIN Metro, 2019): 8.

² data.metrouniv.ac.id

2) Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

- a) Membentuk sarjana yang unggul dalam bidang ekonomi dan keuangan syariah
- b) Membangun budaya akademik yang produktif dan inovatif dan responsive dalam pengelolaan sumber daya melalui kajian keilmuan, model pembelajaran, dan penelitian.
- c) Menyelenggarakan pendidikan berbasis *socio-ecotechnologypreneurship* dalam pelaksanaan tri dharma perguruan tinggi.
- d) Melaksanakan system manajemen kelembagaan yang professional dan akuntabel berbasis teknologi informasi.³

b. Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro memiliki 4 program studi. Adapun program studi yang dimaksud sebagai berikut:⁴

1) Ekonomi Syariah

Profil utama lulusan Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Metro adalah sebagai analis ekonomi, kebijakan fiskal dan moneter, perencana pembangunan ekonomi dan lembaga keuangan syariah, peneliti, dan entrepreneurial bisnis syariah yang berkepribadian baik, berpengetahuan luas dan mutakhir di bidangnya, berkemampuan dalam melaksanakan tugas, serta bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tugasnya berlandaskan keislaman, keilmuan, dan keahlian.

³ Widhiya Ninsiana et al., *Buku Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro*, (Metro: FEBI IAIN Metro, 2019): 9.

⁴ *Ibid*, 32

2) Perbankan Syariah

Profil utama lulusan Program Studi Perbankan Syariah IAIN Metro adalah sebagai praktisi, analis, peneliti, dan pengembang perbankan syariah serta entrepreneurial yang berkepribadian baik, berpengetahuan luas dan mutakhir di bidangnya, berkemampuan dalam melaksanakan tugas, serta bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tugasnya berlandaskan keislaman, keilmuan, dan keahlian.

3) Manajemen Haji dan Umrah

Profil lulusan Program Studi Manajemen Haji dan Umrah (MHU) IAIN Metro adalah tenaga ahli dalam bidang pengelolaan penyelenggaraan haji dan umrah, tenaga administrasi bidang urusan haji dan umrah, dan tenaga ahli pada BPKHI (Badan Pengelola Keuangan Haji Indonesia), serta pengelola pada lembaga keuangan Syariah yang berkepribadian baik, berpengetahuan luas dan mutakhir di bidangnya, berkemampuan dalam melaksanakan tugas, serta bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tugasnya berlandaskan keislaman, keilmuan dan keahlian.

4) Akuntansi Syariah

Profil utama lulusan Program Studi Akuntansi IAIN Metro adalah sebagai praktisi akuntansi, analis, peneliti pemula, wirausahawan lembaga keuangan syariah yang berkepribadian baik, berpengetahuan luas dan mutakhir dalam bidang akuntansi lembaga keuangan syariah, dan mampu melaksanakan tugas dalam bidang

akuntansi lembaga keuangan syariah serta bertanggungjawab terhadap pelaksanaan tugasnya berdasarkan keislaman, keilmuan, dan keahlian.

2. Karakteristik Responden

Pengambilan data pada responden menggunakan teknik *random sampling*, dimana pengambilan sampel pada semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel, yang kemudian dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini adalah 81 Mahasiswa FEBI IAIN Metro angkatan 2019. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Karakteristik Berdasarkan Program Studi

Tabel 2.1

Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi

No.	Program Studi	Jumlah	%
1	Ekonomi Syariah (ESY)	30	37%
2	Perbankan Syariah (PBS)	23	28%
3	Akuntansi Syariah (AKS)	15	19%
4	Manajemen Haji dan Umroh (MHU)	13	16%
Total		81	100%

Sumber: data diolah dari responden, Mei 2023

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuesioner berupa google formulir kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro angkatan 2019 sebanyak 81 orang. Responden dari program studi Ekonomi Syariah sebanyak 37% atau 30 responden, Perbankan Syariah sebanyak 28% atau 23 responden, Akuntansi Syariah sebanyak 19% atau

15 responden, dan Manajemen Haji dan Umroh sebanyak 16% atau 13 responden.

b. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2.2

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Perempuan	60	74%
2	Laki-Laki	21	26%
Total		81	100%

Sumber: data diolah dari responden, Mei 2023

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 74% atau 60 responden, dan laki-laki 26% atau 21 mahasiswa dari total keseluruhan responden.

c. Karakteristik Berdasarkan Uang Bulanan

Tabel 2.3

Distribusi Responden Berdasarkan Uang Bulanan

No	Uang Bulanan	Jumlah	%
1	< Rp. 500.000	14	17%
2	Rp. 500.000- 1.000.000	54	67%
3	> Rp. 1.000.000	13	16%
Total Responden		81	100%

Sumber: data diolah dari responden, Juni 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jatah uang bulanan responden berkisar Rp. 500.000- 1.000.000 berjumlah 54 mahasiswa atau 67%, sedangkan sisanya mendapatkan jatah bulanan kurang dari Rp.500.000

sebanyak 14 mahasiswa atau 17% responden dan diatas Rp.1.000.000 sebanyak 13 mahasiswa atau 16% responden.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Produk *Skincare*

Tabel 2.4

Distribusi Produk *Skincare* yang Digunakan

No	Nama	Merek <i>Skincare</i>	Harga	Keterangan
1	Permata Indryani	Azarine, Emina, Wardah	25.000-150.000	Halal
2	Noviani	Emina, Originote	25.000-75.000	Halal, Subhat
3	Rani Al Viona	Arsyila	50.000-100.00	Halal
4	Ifan fernando	Garnier Men	25.000-50.000	Halal
5	Devi Damayanti	Wardah	25.000-150.000	Halal
6	Sarif hidayat	Garnier Men	25.000	Halal
7	Fidea Rizki Alfianita	Emina, Wardah	25.000-150.000	Halal
8	Ginta Dwiki Meliana	Acnes	22.000-100.000	Halal
9	Nadia Rizky Anggraini	MS Glow	45.000-300.00	Halal
10	Lutfi Nuraini	Wardah, Azarine	25.000-150.000	Halal
11	Lavenia Cahya Ningrum	Somethinc, Skin Aqua	45.000-250.000	Halal
12	Isfan denri	Garnier Men	25.000-50.000	Halal
13	Kholid Agusta	Nivea Men	30.000-60.000	Halal
14	Regina Putri Anggraini	Wardah, Skin Aqua	25.000-150.000	Halal
15	Putri Hesti Puspitasari	Nivea, Hada Labo	30.000-185.000	Halal
16	Anita Mayrista	Scarlett, Hada Labo	30.000-200.00	Halal
17	Fira Tri Lestari KN	Wardah	25.000-150.000	Halal
18	Dira Agustin	Nivea, Azarine	25.000-	Halal

			125.000	
19	Afrizal Dwi Saputra	Scarlett	50.000-200.000	Halal
20	Mira Putri Cantika	Acnes, Dorskin	22.000-100.00	Halal
21	Kholifatun Ni'mah	Himalaya, Nature E	20.000-100.000	Halal
22	Prawesti Kinen Hangayomi	Avoskin, Acnes	22.000-300.000	Halal
23	Vina naufa sari	Originote, Nivea	22.000-185.000	Subhat, Halal
24	Fidara Sukma Wati	Originote, Wardah, Skin Aqua	25.000-150.000	Subhat, Halal
25	Elma tiana	Arsyila	50.000-100.00	Halal
26	Devi Seviana	Himalaya, Wardah	20.000-150.000	Halal
27	Afrizal Saputra	Garnier Men	25.000-50.000	Halal
28	Muhammad Faiz	MS Glow	45.000-300.00	Halal
29	Reni Setiawati	Emina, Wardah	22.000-150.00	Halal
30	Yuvi Dea Nisa	Sariayu, Skin Aqua	22.000-100.000	Halal
31	Umi Lestari	Nivea, Feali	25.000-185.000	Halal, Subhat
32	Tiara Malinda	Senka, Feali	55.000-125.000	Subhat
33	Meli Agustin	Ponds, Skin Aqua	25.000-100.00	Halal
34	Novi Nur Hasanah	Scarlett, Ponds	25.000-200.000	Halal
35	Putri Cahyaning Ratri	Wardah	25.000-150.000	Halal
36	Adinda Gani Kalefi	White Lab	25.000-400.000	Halal
37	Rima Utami	Hada Labo, Nivea	30.000-150.000	Halal
38	Rista Wardani	Arsyila	50.000-100.00	Halal
39	Arya Nugroho	Ponds Men	27.000-60.000	Halal
40	Dede Hanifah	Pixy, Feali, Skin	22.000-	Halal,

		Aqua	150.000	Subhat
41	Alda Putra	Nivea Men	30.000-60.000	Halal
42	Dian Apsyari	Wardah	25.000-150.000	Halal
43	Clara Arini Nur Azizah	Cetaphil, Skin Aqua	45.000-200.000	Halal
44	Eli Mazela	Hada Labo	30.000-185.000	Halal
45	Juli Anggara	Garnier Men	25.000-50.000	Halal
46	Erlita Dwi Aprilia	Azarine	22.000-100.000	Halal
47	Dwi Gusma Ratih	MS Glow, Skin Aqua, Originote	40.000-300.000	Halal, Subhat
48	Mega Purnama Sari	Hada Labo, Wardah	25.000-150.000	Halal
49	Hendri Ari Setiawan	Garnier Men	25.000-50.000	Halal
50	Sevi Fitria	Ponds, Originote	20.000-150.000	Halal, Subhat
51	Yogi Pratama	Ponds Men	27.000-60.000	Halal
52	Lita Savitri	Emina, Wardah	25.000-150.000	Halal
53	Nurul Halimah	Arsyila	50.000-100.00	Halal
54	Dhea Helen Aprilia S	Garnier	18.000-150.000	Halal
55	Putri Febriyola	Nivea, Skin Aqua	22.000-185.000	Halal
56	Ari Alfiani Saputri	Garnier	18.000-150.000	Halal
57	Agustian Saputra	Avoskin	40.000-300.000	Halal
58	Uun Rafitasari	Scarlett	50.000-200.000	Halal
59	Muhammad Fajar Sidiq	Garnier Men	25.000-50.000	Halal
60	Nanda Santika	Azarine, Emina	22.000-100.000	Halal
61	Leni Lestari	Wardah	25.000-150.000	Halal
62	Intan Febrianti	Senka, Feali	55.000-125.000	Subhat

63	Sakina Resti Ana	Originote	30.000-150.000	Subhat
64	Olivia Apriliyani	Garnier, Avoskin	18.000-300.000	Halal
65	Novia Kumala Sari	Scarlett	50.000-200.000	Halal
66	Fidara Sukmawati	Wardah	25.000-150.000	Halal
67	Sukma Wulandari	Acnes, Dorskin	22.000-150.000	Halal
68	Aan Pratama	Nivea Men	30.000-60.000	Halal
69	Risa Amellia	Senka, Skin Aqua	45.000-125.000	Subhat, Halal
70	Nur Aini	Azarine	30.000-100.00	Halal
71	Annisa Fitri	Acnes, Nature E	22.000-200.00	Halal
72	Clarisa Wulandari	Wardah	25.000-150.000	Halal
73	Beny Ranovan	Garnier Men	25.000-50.000	Halal
74	Qashmal Hawali Faris	Garnier Men	25.000-50.000	Halal
75	Cindy Tiara Nita	Himalaya, Acnes	22.000-150.000	Halal
76	Hesty Nuryani	Hada Labo	30.000-200.000	Halal
77	Muhammad Faizal	Garnier Men	25.000-50.000	Halal
78	M Ilham Ramadhan	Garnier Men	25.000-50.000	Halal
79	Ngajam Imtisal	Garnier Men	25.000-50.000	Halal
80	Rionardo	Garnier Men	25.000-50.000	Halal
81	Lienta Mutiara Sivadiyanti	Wardah, Acnes	25.000-150.000	Halal

Sumber: data diolah dari responden, Juni 2023

Berdasarkan penelitian di atas, mayoritas responden menggunakan produk *skincare* yang berlabel halal dimana terdapat 70 mahasiswa memakai *skincare* berlabel halal, 8 mahasiswa yang memakai produk halal

dan subhat adapun 3 mahasiswa yang masih memakai produk subhat atau tidak jelas halal-haramnya. Selain itu juga, berdasarkan tabel diatas terdapat harga-harga produk *skincare* dimana mahasiswa FEBI IAIN Metro angkatan 2019 mayoritas menggunakan produk wardah untuk perempuan dan garnier men untuk laki-laki dengan harga produk berkisar Rp.20.000 sampai Rp.150.00.

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Jawaban Responden

a. Variabel Label Halal (X)

Tabel 2.5

Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Label Halal

No	Pertanyaan	SS		S		RR		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X.1	40	49	41	51	0	0	0	0	0	0	81	100
2	X.2	30	37	49	60	2	3	0	0	0	0	81	100
3	X.3	35	43	44	54	2	3	0	0	0	0	81	100
4	X.4	38	47	43	53	0	0	0	0	0	0	81	100
5	X.5	31	38	48	59	2	3	0	0	0	0	81	100
6	X.6	28	35	52	64	1	1	0	0	0	0	81	100
7	X.7	24	30	57	70	0	0	0	0	0	0	81	100

Sumber: Data diolah dari responden, Mei 2023

Jawaban responden sebagaimana pada tabel menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban yang tinggi

terhadap variabel label halal produk *skincare*, artinya jawaban responden menunjukkan bahwa label halal pada produk *skincare* merupakan sesuatu yang dianggap penting karena menunjukkan bahwa produk *skincare* yang berlabel halal tidak mengandung unsur atau barang haram dan bahan kimia yang berbahaya.

Berdasarkan jawaban mengenai label halal pada produk *skincare*, menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa adanya tulisan dan gambar label halal pada kemasan produk membantu mengidentifikasi sebelum melakukan pembelian produk *skincare*. Hal ini menunjukkan bahwa pembelian produk berlabel halal menjadi salah satu hal yang dapat memenuhi kebutuhan mereka akan *skincare* halal karena kesesuaian kehalalan produk dengan kualitas yang diberikan akan memberikan suatu kepercayaan seseorang terhadap produk tersebut.

b. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3.1

Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	SS		S		RR		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y.1	19	23	60	74	2	3	0	0	0	0	81	100
2	Y.2	22	27	59	73	0	0	0	0	0	0	81	100
3	Y.3	17	21	60	74	4	5	0	0	0	0	81	100
4	Y.4	9	11	57	70	15	19	0	0	0	0	81	100

5	Y.5	21	26	55	68	5	6	0	0	0	0	81	100
6	Y.6	19	23	60	74	2	3	0	0	0	0	81	100
7	Y.7	25	31	50	62	6	7	0	0	0	0	81	100
8	Y.8	19	23	60	74	2	3	0	0	0	0	81	100

Sumber: Data diolah dari responden, Mei 2023

Berdasarkan tabel diatas, sebagian responden memberikan jawaban setuju. Dimana hasil terbanyaknya terdapat pada item pertanyaan Y.1, Y.4, Y.6 dan Y.8 sebanyak 60 responden. Dari hasil banyaknya jawaban pada item pertanyaan Y.1 dan Y.4 mengenai harga, mutu dan kualitas produk dan menyatakan bahwa sebanyak 60 responden setuju untuk membeli produk *skincare* dengan melihat harga dan kualitasnya, selain itu juga pada item pertanyaan Y.6 dan Y.8 sebanyak 60 responden setuju bahwa kelengkapan produk pada kemasan produk *skincare* berupa label halal berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian, dan item pertanyaan Y.7 sebanyak 50 responden memilih setuju untuk memilih produk *skincare* yang memiliki label halal. Jawaban responden tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban tinggi terhadap keputusan pembelian mereka atas produk *skincare* berlabel halal.

Berdasarkan jawaban responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan mereka memang yakin terhadap produk *skincare* berlabel halal dan ingin membeli produk *skincare* berlabel halal sebagai kebutuhan dibanding keinginan membeli produk *skincare* yang

tidak terdapat label halal. Disamping itu responden juga memberikan jawaban tinggi terhadap keputusan pembelian atas produk *skincare* berdasarkan tingkat harga, hal ini didukung oleh keadaan responden sebagai seorang mahasiswa yang hanya mendapatkan jatah uang bulanan yang terbatas dari orang tua dan sebagian besar belum memiliki pendapatan sendiri

2. Analisis Data

a. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukurannya diulang. Dalam hal ini reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan kriteria bahwa tingkat alpha dihitung lebih besar dari koefisien *Alpha Cronbach's* sebesar 0,60 maka data yang diujikan memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Adapun pengukuran tingkat alpha dilakukan dengan menggunakan program SPSS 24. Adapun hasil dari perhitungannya dapat terlihat pada table hasil *output* SPSS 24 dibawah ini:

Tabel 3.2

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
1	Label Halal	0.612	> 60%	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0.717	> 60%	Reliabel

Sumber: Data diolah dari responden, Mei 2023

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa 7 pertanyaan untuk variabel label halal dan 8 pertanyaan untuk variabel keputusan pembelian yang diajukan dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach Alpha* yaitu $0.612 > 0.60$ untuk variabel label halal dan untuk variabel keputusan pembelian sebesar $0.717 > 0.60$. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

b. Uji Validiitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan valid atau tidak. Dalam penentuan valid atau tidaknya item yang digunakan, kegiatan yang harus dilakukan adalah dengan membandungkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dimana taraf signifikan yang digunakan adalah 5% dengan $N=81$. Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, maka akan dilakukan terlebih dahulu uji statistik dengan menggunakan SPSS 24. Adapun hasil perhitungannya dapat dilihat dari table dibawah ini:

1) Label Halal (X)

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Label Halal (X)

No	R Hitung	R Tabel (5%)	Keterangan
1	0.620	0.2185	Valid
2	0.378	0.2185	Valid
3	0.444	0.2185	Valid
4	0.524	0.2185	Valid
5	0.535	0.2185	Valid

6	0.625	0.2185	Valid
7	0.752	0.2185	Valid

Sumber: Data diolah dari responden, Mei 2023

Dapat dilihat bahwa berdasarkan data pada table diatas, secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel X dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu sebesar 0.2185

2) Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No	R Hitung	R Tabel (5%)	Keterangan
1	0.819	0.2185	Valid
2	0.672	0.2185	Valid
3	0.716	0.2185	Valid
4	0.413	0.2185	Valid
5	0.356	0.2185	Valid
6	0.819	0.2185	Valid
7	0.459	0.2185	Valid
8	0.484	0.2185	Valid

Sumber: Data diolah dari responden, Mei 2023

Dapat dilihat bahwa berdasarkan data pada table diatas, secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel Y dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu sebesar 0.2185

e. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Untuk itu data yang sudah ada harus memenuhi syarat normalitas, alat uji ini yang digunakan adalah uji *one sampling kolmogrov-smirnov*. Data dinyatakan terdistribusi normal jika nilai signifikannya lebih besar dari 0,05.

Tabel 3.5
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.72191540
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.107
	Negative	-.089
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.023 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.291
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah dari responden, Mei 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas pada table diatas dengan menggunakan metode *one sample kolmogrov-smirnov* menunjukkan bahwa nilai residual dari variabel dependen dan variabel independen pada jumlah sampel (N) sebesar 81 adalah 0,291. Maka dapat dikatakan

bahwa penelitian ini berdistribusi normal, karena nilai residualnya lebih besar dari signifikansi 0,05 sehingga model regresi dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

f. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara satu residual dengan residual yang lain. Pengujian autokorelasi dilakukan dengan pengujian Durbin Watson dengan tingkat pengujian autokorelasi $du < d < 4 - du$, tidak terdapat autokorelasi

Tabel 4.1
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.669 ^a	.448	.441	1.73278	1.755

a. Predictors: (Constant), Label Halal

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dari responden, Mei 2023

Dari output tersebut diketahui bahwa tidak terjadi autokorelasi dikarenakan $du < d < 4 - du$, dimana du sebesar 1.6639, d sebesar 1.755 dan $4-du$ sebesar 2.3361, sehingga $1.6639 < 1.755 < 2.3361$.

g. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu statistik independen secara individual dalam menerangkan variasi statistik dependen. Berikut ini merupakan statistik hasil uji t.

Tabel 4.2
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Coefficients Beta			
1	(Constant)	9.101	3.043	2.991	.004	
	Label Halal	.792	.099	.669	8.008	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dari responden, Mei 2023

Berdasarkan tabel diatas, variabel X (Label Halal) berpengaruh secara signifikan terhadap Y (Keputusan Pembelian) hal ini dilihat dari signifikan label halal sebesar 0,00 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari t_{hitung} sebesar 8.008 yang berarti lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2.991.

Persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$= 9.101 + 0.792 X$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

X = Label Halal

Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana diatas dapat disimpulkan bahwa:

- a) Konstanta sebesar 9.101 yang menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstanta, maka rata-rata keputusan pembelian mahasiswa sebesar 9.101.
- b) Koefisien regresi label halal sebesar 0.792 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan nilai label halal sebesar 1% nilai Trust, maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0.792. koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

C. Pembahasan Hipotesis

Dari hasil penelitian dapat diketahui variabel label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dilihat dari signifikansi label halal sebesar 0.000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0.05. Selain itu, dapat juga dilihat dari t_{hitung} sebesar 8.008 yang berarti lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2.991. Koefisien regresi label halal sebesar 0.792 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan nilai label halal sebesar 1%, maka akan diikuti dengan kenaikan keputusan pembelian sebesar 0.792 maka dengan demikian H_a diterima, bahwa secara parsial label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil kuesioner banyak mahasiswa FEBI IAIN Metro menyatakan bahwasannya memilih produk yang berlabel halal akan merasa puas, merasa aman dan percaya akan kehalalan dan keamanan produk *skincare* tersebut. Dari persepsi tersebut maka terjadi proses dimana individu akan memilih dan mempertimbangkan produk *skincare* yang akan dikonsumsi. Setelah

adanya persepsi tersebut maka timbullah keyakinan dan sikap masyarakat dengan adanya label halal. Sehingga keyakinan dan sikap tersebut mempengaruhi keputusan pembelian.

Mengonsumsi produk halal terdapat dalam kitab suci dan merupakan perintah langsung dari Allah yang ditujukan untuk kebaikan manusia sendiri, keterangan tentang halal pada produk yang dijual terutama di Indonesia mempunyai arti yang sangat penting dan dimaksudkan untuk melindungi masyarakat yang beragama Islam agar terhindar dari produk yang haram. Dengan menerapkan standar halal membuat produk memiliki standart kualitas yang jelas, serta memberikan nilai fungsi yang lebih kepada pelanggan, produk yang sudah memiliki jaminan halal, secara langsung memberikan ketenangan batin bagi konsumennya. Karena sudah tidak ada keragu-raguan lagi apakah bahan baku dan proses produksi barang tersebut tidak dilakukan dengan benar. Label halal di Indonesia berada di bawah pengawasan Majelis Ulama Indonesia atau MUI.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka disimpulkan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *skincare*, selain itu terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian produk *skincare* yaitu harga. Menurut hasil perhitungan maka variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap Y hal ini dilihat dari signifikan label halal sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari t hitung sebesar 8.008 yang berarti t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 2.991. Koefisien regresi label halal sebesar 0.792 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan nilai label halal sebesar 1%, maka akan diikuti dengan kenaikan keputusan pembelian sebesar 0.792. Maka dengan demikian H_a diterima, bahwa secara parsial label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, artinya label halal mempengaruhi keputusan pembelian produk *skincare* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro.

B. Saran

1. Bagi konsumen atau pembeli produk *skincare* yang belum menggunakan atau memperhatikan *skincare* berlabel halal harus beralih menggunakan produk *skincare* yang memiliki label halal pada kemasan.

2. Bagi produsen atau perusahaan yang menggunakan bahan-bahan aman dan halal segera membuat sertifikasi label halal dan mencantumkan label halal pada kemasan untuk meyakinkan konsumen bahwa produk tersebut aman digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

Andrian et al, *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri, 2022.

Budi Santosa, Purbayu dan Anshari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS*, edisi ke-1: Yogyakarta: ANDI, 2005.

Bulan, Tengku Putri Lindung et al, “Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa,” *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6, no. 2 July 24, Tahun 2018.

<https://data.metrouniv.ac.id/>

<https://diskominfo.kaltimprov.go.id/>

<https://www.kemenag.go.id/>

<https://www.kominfo.go.id/>

Irwansyah, Rudy et al., *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.

Ninsiana, Widhiya et al., *Buku Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro*, Metro: FEBI IAIN Metro, 2019.

Paramita, Ratna Wijayanti Daniar et al, *Metode Penelitian Kuantitatif* . Lumajang: Widyagama Press, Maret 2021.

Priansa, Donni Juni *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* Bandung: Alfabeta, 2017.

Purnomo, Dentaruni Cahya, et al, “Pemilihan Produk Skincare Remaja Milenial Dengan Metode Simple Additive Weighting (Saw),” *Jurnal Ilmiah Intech: Information Technology Journal of UMUS* 3, no. 01, Tahun 2021.

Rafita, Helsy Zella, “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung),” *Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung: Tidak Diterbitkan*, 2017.

Razak, Mashur, *Perilaku Konsumen* Makassar: Alauddin University Press, 2016.

Riha, Iflachah Lailatul et al, “Analisis Perbandingan Minat Konsumen Remaja Putri Siswa SMK Pariwisata Terhadap Produk Kosmetik *Skincare* Antara Produk Lokal di Surabaya dan Produk Luar Negeri (Korea), *e-journal*, no. 3 Tahun 2021.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 2nd ed. Bandung: Alfabeta, 2021.
- Sukristiani, Dwi, “Pengetahuan Tentang Kosmetika Perawatan Kulit Wajah Dan Riasan Pada Mahasiswi Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang,” Padang, September 2014.
- Syauki, Wifka Rahma Syauki dan Diah Ayu Amalia Avina, “Persepsi Dan Preferensi Penggunaan Skincare Pada Perempuan Milenial Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran,” *Jurnal Manajemen Komunikasi* 4, no. 2, Malang: April 2020.
- Utami, Indah Wahyu, *Perilaku Konsumen Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian* Surakarta: CV Pustaka Bengawan, 2017.
- Wawancara dengan Ariyadi Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 22 pada tanggal 7 Februari 2023
- Wawancara dengan Dwi Annisa Fitri Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 19 pada tanggal 9 Februari 2023
- Wawancara dengan Rosidah Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 21 pada tanggal 7 Februari 2023
- Wawancara dengan Yunita Yusuf Mahasiswi Akuntansi Syariah Angkatan 19 pada 30 Januari 2023
- Windarti Sri, “Kebiasaan Pemakaian Skincare Santri Putri Pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang”, *e-journal* 11, no.1 Tahun 2022.

LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iaini@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3322/In.28.3/D.1/TL.00/10/2022
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Metro, 03 Oktober 2022

Kepada Yth,
Zumaroh (Dosen Pembimbing Skripsi)
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Sofhia Sofa
NPM : 1903010066
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Majasiswi FEBI IAIN Metro

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan \pm 1/6 bagian
 - b. Isi \pm 2/3 bagian
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Keterlibagaan FEBI

Siti Zulaikha

OUTLINE

PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Rumusan Masalah
- E. Tujuan dan Manfaat Penelitian
 1. Tujuan Penelitian
 2. Manfaat Penelitian
- F. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Keputusan Pembelian Produk
 1. Pengertian Keputusan Pembelian
 2. Faktor-faktor Keputusan Pembelian
 3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian
- B. Label Halal
 1. Pengertian Label Halal
 2. Proses Labelisasi Halal
 3. Indikator Label Halal
- C. Produk *Skincare*
- D. Kerangka Berpikir
- E. Hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Rancangan Penelitian
- B. Definisi Operasional Variabel
- C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling
- D. Teknik Pengumpulan Data
 - 1. Kuesioner
 - 2. Dokumentasi
- E. Instrumen Penelitian
- F. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Lokasi Penelitian
 - 1. Profil FEBI IAIN Metro
 - 2. Profil Mahasiswa FEBI IAIN Metro
- B. Deskripsi Data Penelitian
 - 1. Uji Reliabilitas
 - 2. Uji Validitas
 - 3. Uji Normalitas
 - 4. Uji Autokorelasi
 - 5. Uji Heteroskedastisitas
 - 6. Uji Regresi Linear Sederhana
- C. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 1979042220060420002

Metro, Mei 2023



Sofia Sofa
NPM. 1903010066

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO

Identitas Responden

Nama :
NPM :
Jurusan :
Jenis Kelamin :

Petunjuk pengisian

Berilah tanda *chek list* (✓) atau klik pada kolom penilaian yang sesuai dengan pilihan anda, dengan keterangan sebagai berikut :

Keterangan

- 5 = Sangat Setuju
- 4 = Setuju
- 3 = Ragu-ragu
- 2 = Tidak Setuju
- 1 = Sangat Tidak Setuju

Variabel	Indikator	Kisi-kisi item pernyataan
(X) Label Halal	1. Gambar	2
	2. Tulisan	2
	3. Kombinasi gambar dan tulisan	1
	4. Menempel pada kemasan	2
(Y) Keputusan Pembelian	1. Pengenalan kebutuhan	2
	2. Pencarian informasi	2
	3. Evaluasi alternatif	1
	4. Keputusan pembelian	1
	5. Perilaku pasca pembelian	2
	JUMLAH	15

1. Label Halal

Indikator	Pertanyaan	5 (SS)	4 (S)	3 (RR)	2 (TS)	1 (STS)
Gambar	1. Saya tahu maksud gambar disamping.					
	2. Saya selalu memperhatikan ada tidaknya gambar tersebut pada kemasan sebelum melakukan pembelian produk <i>skincare</i> .					
Tulisan	1. Tulisan "Halal" pada gambar disamping terbaca dengan jelas.					
	2. Adanya tulisan "Halal" yang terdapat pada gambar tersebut membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian <i>skincare</i> .					
Kombinasi gambar dan tulisan	1. Saya mengetahui gabungan gambar dan tulisan di samping adalah Label Halal resmi dari MUI.					
Menempel pada kemasan	1. Adanya Label Halal menjadi pertimbangan Saya memilih produk <i>skincare</i> sebelum saya melakukan pembelian.					
	2. Label Halal yang terletak pada kemasan produk <i>skincare</i> mempermudah saya dalam memberi informasi dan keyakinan akan mutu produk.					
Total						

3. Keputusan Pembelian

Indikator	Pertanyaan	5 (SS)	4 (S)	3 (RR)	2 (TS)	1 (STS)
Pengenalan Kebutuhan	1. Kualitas, mutu dan jaminan halal adalah standar yang selalu saya terapkan dalam mempertimbangkan pemilihan produk <i>skincare</i> .					
	2. Pengalaman pribadi adalah informasi yang paling akurat yang saya jadikan pedoman sebelum memilih produk kosmetik					
Pencarian Informasi	1. Sarana promosi merupakan informasi yang saya jadikan acuan sebelum memilih produk <i>skincare</i> .					
	2. Harga berpengaruh besar terhadap keputusan memilih produk.					
Evaluasi alternatif	1. Saya selalu mempertimbangkan merk produk <i>skincare</i> sebelum saya membelinya.					

Keputusan pembelian	1. Kelengkapan atribut pada kemasan produk <i>skincare</i> seperti Label Halal berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian produk.					
Perilaku pasca pembelian	1. Dari semua jenis produk <i>skincare</i> , saya akan tetap memilih produk kosmetik yang berlabel halal.					
	2. Saya merasa aman dan puas setelah membeli produk <i>skincare</i> berlabel halal.					
Total						

Dokumentasi

1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

Pembimbing,



Zumaroh, M.E.Sy
NIP : 19790422 200604 2 002

Metro, Mei 2023

Peneliti,



Sofhia Sofa
NPM. 1903010066



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1597/In.28/D.1/TL.00/05/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
DEKAN FEBI IAIN METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1598/In.28/D.1/TL.01/05/2023, tanggal 23 Mei 2023 atas nama saudara:

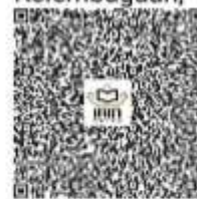
Nama : **SOFHIA SOFA**
NPM : 1903010066
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syaria`h

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di FEBI IAIN METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 23 Mei 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1598/In.28/D.1/TL.01/05/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **SOFHIA SOFA**
NPM : 1903010066
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di FEBI IAIN METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 23 Mei 2023

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-760/In.28/S/U.1/OT.01/06/2023**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Sofhia Sofa
NPM : 1903010066
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1903010066

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 12 Juni 2023
Kepala Perpustakaan



Asad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Sofhia Sofa
NPM : 1903010066
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 14%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 15 Juni 2023
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP.198906022020121011



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sofhia Sofa Jurusan/Prodi : Esy / FEBI
NPM : 1903010066 Semester/TA : VII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	9-12-2022	1. Urus izin prasurvey 2. Sajikan data awal 3. Lengkapi seluruh komponen proposal	

Dosen Pembimbing,

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 1979042220060420002

Mahasiswa ybs,

Sofhia Sofa
NPM. 1903010066



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sofhia Sofa Jurusan/Prodi : Esy / FEBI
NPM : 1903010066 Semester/TA : VII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	21 - 01 - 2023	<ol style="list-style-type: none">1. LBM ditegaskan fokusnya mengenai percahuran Label halal.2. Rincian Masalah terkait judul.3. Penjelasan Teori untuk memperkuat Indikator4. Kerangka teori Ideal	

Dosen Pembimbing,

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 1979042220060420002

Mahasiswa ybs,

Sofhia Sofa
NPM. 1903010066



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sofhia Sofa Jurusan/Prodi : Esy / FEBI
NPM : 1903010066 Semester/TA : VII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	9-5-2023	Outline bab IV, sesuaikan pedoman karya ilmiah mahasiswa	

Dosen Pembimbing,

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 1979042220060420002

Mahasiswa ybs,

Sofhia Sofa
NPM. 1903010066



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sofhia Sofa Jurusan/Prodi : Esy / FEBI
NPM : 1903010066 Semester/TA : VII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	20-3-2023	Aec proposal skripsi siap diseminarkan lengkapi dokumen penyerta proposal.	

Dosen Pembimbing,

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 1979042220060420002

Mahasiswa ybs,

Sofhia Sofa

NPM. 1903010066



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sofhia Sofa Jurusan/Prodi : Esy / FEBI
NPM 1903010066 Semester/TA : VII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	19 - 5 - 2023	ACC Bab I-III Lanjutkan Penyusunan APD	

Dosen Pembimbing,

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 1979042220060420002

Mahasiswa ybs,

Sofhia Sofa
NPM. 1903010066



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sofhia Sofa Jurusan/Prodi : Esy / FEBI
NPM 1903010066 Semester/TA : VII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	15 - 5 - 2023	ACC Outline Lanjutkan penulisan Bab 1- II	

Dosen Pembimbing,

Zumaroh, M.F., Sy
NIP. 1979042220060420002

Mahasiswa ybs,


Sofhia Sofa
NPM. 1903010066



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sofhia Sofa Jurusan/Prodi : Esy / FEBI
NPM 1903010066 Semester/TA : VII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	19 - 5 - 2023	ACC APD Lanjutkan Pengumpulan Data	

Dosen Pembimbing,


Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 1979042220060420002

Mahasiswa ybs,


Sofhia Sofa
NPM. 1903010066



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Sofhia Sofa** Jurusan/Prodi : **Esy / FEBI**
NPM : **1903010066** Semester/TA : **VIII/2022**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Rabu, 7 Juni 2023	<ul style="list-style-type: none">- Profil lokasi penelitian jangan terlalu panjang maksimal 4 halaman- Pastikan instrumen penelitian telah digunakan sebagai acuan pengumpulan data, dan hasilnya telah disajikan seluruhnya di bab IV- Cek lagi rumus uji asumsi klasik apa saja yg bisa digunakan ut variabel tunggal- Pastikan tujuan penelitian telah tercapai. Caranya cek rumusan masalah dan hipotesis. Lalu pastikan jawaban berupa hasil perhitungan yang rinci disertai argumen peneliti dan dukungan teori yang telah dibangun pada bab II sudah tersaji di bagian analisis atau pembahasan.- Cara menganalisis: bandingkan data yang di lapangan dengan teori di bab II. Penelitian kuantitatif tidak berarti cukup dengan menyajikan hasil olah data SPSS ditarik kesimpulan tanpa ada penalaran dari peneliti- Kesimpulan: mana hipotesis yg diterima. Kesimpulan disesuaikan dengan jumlah rumusan masalah. Jika hanya 1, maka cukup 1 paragraf. Jika lebih dari 1, bisa dibuat numbering sesuai jumlah rumusan masalah- Saran: berdasarkan kesimpulan diberikan ke pihak terkait peneliti	

Dosen Pembimbing,

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 1979042220060420002

Mahasiswa ybs,

Sofhia Sofa

NPM. 1903010066



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

K.L. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sofhia Sofa Jurusan/Prodi : Esy / FEBI
NPM 1903010066 Semester/TA : VIII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jumat, 9 Juni 2023	<ul style="list-style-type: none">- Hasil uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji regresi diterjemahkan apa maknanya pada point pembahasan- Kesimpulan disesuaikan pembahasan- Saran dibuat yang konkret	

Dosen Pembimbing,

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 1979042220060420002

Mahasiswa ybs,

Sofhia Sofa

NPM. 1903010066



KI. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Sofhia Sofa** Jurusan/Prodi : **Esy / FEBI**
NPM : **1903010066** Semester/TA : **VIII/2022**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis, 15 Juni 2023	- ACC Bab IV-V, siap dimunaqosyahkan	

Dosen Pembimbing,

Zumaroh, M.E.Sy

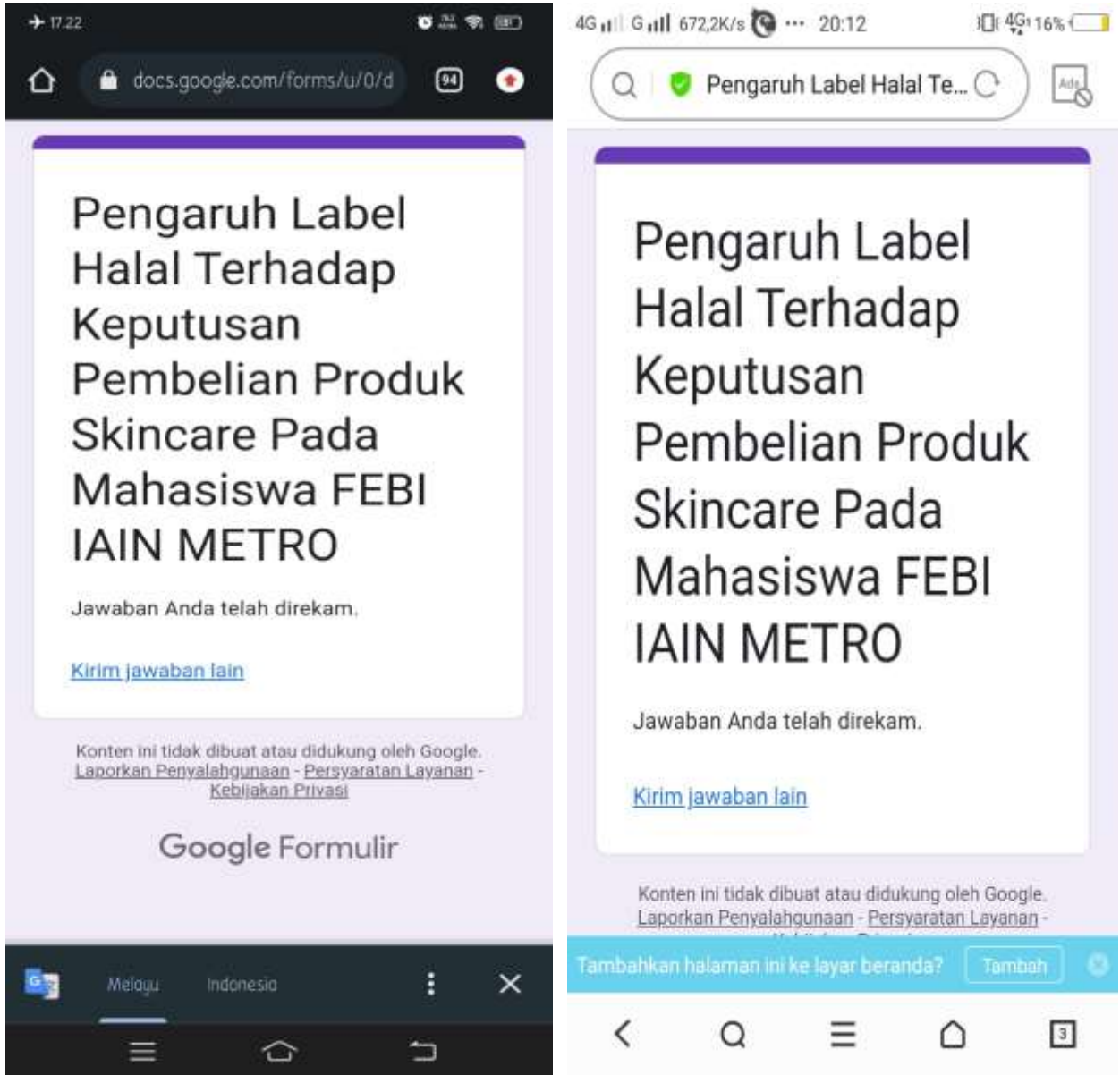
NIP. 1979042220060420002

Mahasiswa ybs,

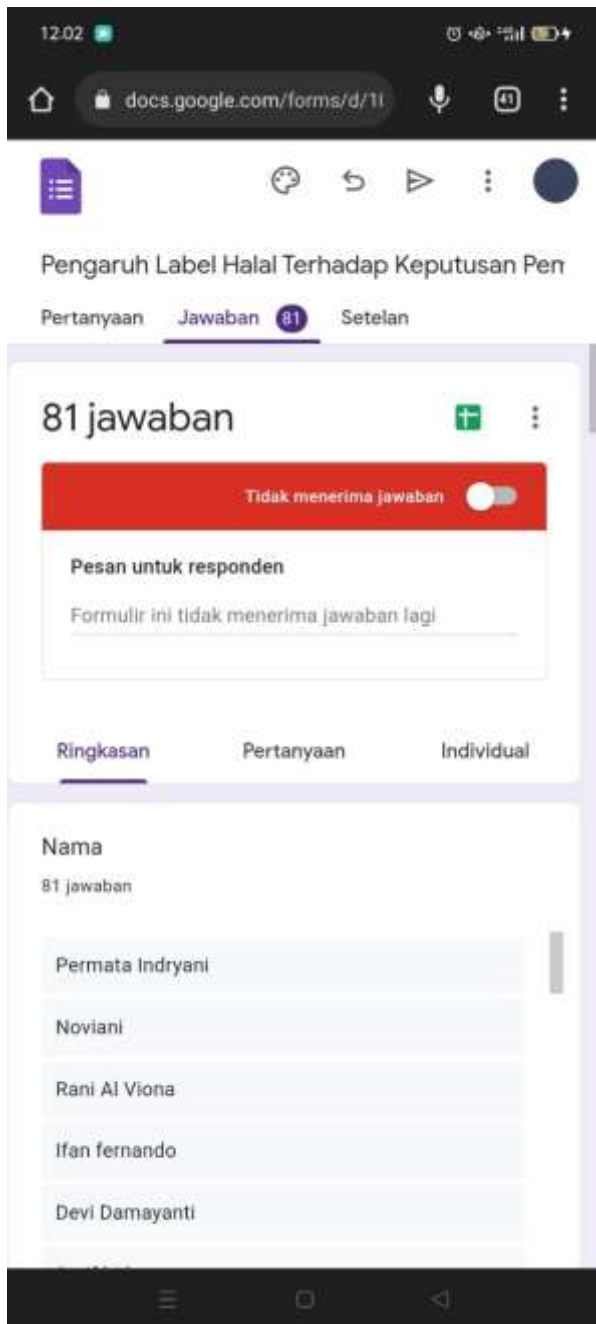
Sofhia Sofa

NPM. 1903010066

DOKUMENTASI PENELITIAN



Dokumentasi hasil tangkapan layar dari responden yang telah mengisi kuesioner



Dokumentasi hasil tangkap layar dari google formulir jawaban responden

No	Nama	NPM	Jurusan	Jenis Kelamin
1	Permata Indryani	1903041011	Manajemen Haji dan Umroh	Perempuan
2	Noviani	1903041012	Manajemen Haji dan Umroh	Perempuan
3	Rani Al Viona	1903011101	Ekonomi Syariah	Perempuan
4	Ifan fernando	1903011053	Ekonomi Syariah	Laki-Laki
5	Devi Damayanti	1903012011	Ekonomi Syariah	Perempuan
6	Sarif hidayat	1903012060	Ekonomi Syariah	Laki-Laki
7	Fidea Rizki Alfianita	1903020019	Perbankan Syariah	Perempuan
8	Ginta Dwiki Meliana	1903020024	Perbankan Syariah	Perempuan
9	Nadia Rizky Anggraini	1903020032	Perbankan Syariah	Perempuan
10	Lutfi Nuraini	1903011075	Ekonomi Syariah	Perempuan
11	Lavenia Cahya Ningrum	1903020025	Perbankan Syariah	Perempuan
12	Isfan denri	1903042002	Manajemen Haji dan Umroh	Laki-Laki
13	Kholid Agusta	1903011065	Ekonomi Syariah	Laki-Laki
14	Regina Putri Anggraini	1903020047	Perbankan Syariah	Perempuan
15	Putri Hesti Puspitasari	1903020043	Perbankan Syariah	Perempuan
16	Anita Mayrista	1903010010	Ekonomi Syariah	Perempuan
17	Fira Tri Lestari KN	1903010031	Ekonomi Syariah	Perempuan
18	Dira Agustin	1903010026	Ekonomi Syariah	Perempuan
19	Afrizal Dwi Saputra	1903011002	Ekonomi Syariah	Laki-Laki
20	Mira Putri Cantika	1903012029	Ekonomi Syariah	Perempuan
21	Kholifatun Ni'mah	1903021040	Perbankan Syariah	Perempuan
22	PRAWESTI KINEN HANGAYOMI	1903021062	Perbankan Syariah	Perempuan

23	Vina naufa sari	1903031047	Akuntansi Syariah	Perempuan
24	Fidara Sukma Wati	1903032006	Akuntansi Syariah	Perempuan
25	Elma tiana	1903031019	Akuntansi Syariah	Perempuan
26	Devi Seviana	1903010021	Ekonomi Syariah	Perempuan
27	Afrizal Saputra	1903011003	Ekonomi Syariah	Laki-Laki
28	Muhammad Faiz	1903012034	Ekonomi Syariah	Laki-Laki
29	Reni Setiawati	1903012041	Ekonomi Syariah	Perempuan
30	Yuvi Dea Nisa	1903011132	Ekonomi Syariah	Perempuan
31	Umi Lestari	1903011128	Ekonomi Syariah	Perempuan
32	Tiara Malinda	1903011125	Ekonomi Syariah	Perempuan
33	Meli Agustin	1903011081	Ekonomi Syariah	Perempuan
34	Novi Nur Hasanah	1903010049	Ekonomi Syariah	Perempuan
35	Putri Cahyaning Ratri	1903010053	Ekonomi Syariah	Perempuan
36	Adinda Gani Kalefi	1903011001	Ekonomi Syariah	Perempuan
37	Rima Utami	1903010056	Ekonomi Syariah	Perempuan
38	Rista Wardani	1903010058	Ekonomi Syariah	Perempuan
39	Arya Nugroho	1903010014	Ekonomi Syariah	Laki-Laki
40	Dede Hanifah	1903010019	Ekonomi Syariah	Perempuan
41	Alda Putra	1903011009	Ekonomi Syariah	Laki-Laki
42	Dian Apsyari	1903011035	Ekonomi Syariah	Perempuan
43	Clara Arini Nur Azizah	1903011032	Ekonomi Syariah	Perempuan
44	Eli Mazela	1903021024	Perbankan Syariah	Perempuan
45	Juli Anggara	1903021038	Perbankan Syariah	Laki-Laki
46	Erlita Dwi Aprilia	1903020015	Perbankan Syariah	Perempuan
47	Dwi Gusma Ratih	1903021021	Perbankan Syariah	Perempuan
48	Mega Purnama Sari	1903020027	Perbankan Syariah	Perempuan
49	Hendri Ari Setiawan	1903022006	Perbankan Syariah	Laki-Laki

50	Sevi Fitria	1903021065	Perbankan Syariah	Perempuan
51	Yogi Pratama	1903021072	Perbankan Syariah	Laki-Laki
52	Lita Savitri	1903020026	Perbankan Syariah	Perempuan
53	Nurul Halimah	1903020038	Perbankan Syariah	Perempuan
54	Dhea Helen Aprilia S	1903020012	Perbankan Syariah	Perempuan
55	Putri Febriyola	1903020042	Perbankan Syariah	Perempuan
56	Ari Alfiani Saputri	1903021010	Perbankan Syariah	Perempuan
57	Agustian Saputra	1903021001	Perbankan Syariah	Laki-Laki
58	Uun Rafitasari	1903020061	Perbankan Syariah	Perempuan
59	Muhammad Fajar Sidiq	1903031039	Akuntansi Syariah	Laki-Laki
60	Nanda Santika	1903031041	Akuntansi Syariah	Perempuan
61	Leni Lestari	1903031033	Akuntansi Syariah	Perempuan
62	Intan Febrianti	1903031029	Akuntansi Syariah	Perempuan
63	Sakina Resti Ana	1903032016	Akuntansi Syariah	Perempuan
64	Olivia Apriliyani	1903032013	Akuntansi Syariah	Perempuan
65	Novia Kumala Sari	1903032012	Akuntansi Syariah	Perempuan
66	Fidara Sukmawati	1903032006	Akuntansi Syariah	Perempuan
67	Sukma Wulandari	1903032020	Akuntansi Syariah	Perempuan
68	Aan Pratama	1903031001	Akuntansi Syariah	Laki-Laki
69	Risa Amellia	1903030016	Akuntansi Syariah	Perempuan
70	Nur Aini	1903030015	Akuntansi Syariah	Perempuan
71	Annisa Fitri	1903040002	Manajemen Haji dan Umroh	Perempuan
72	Clarisa Wulandari	1903040004	Manajemen Haji dan Umroh	Perempuan
73	Beny Ranovan	1903041004	Manajemen Haji dan Umroh	Laki-Laki
74	Qashmal Hawali Faris	1903040010	Manajemen Haji dan	Laki-Laki

			Umroh	
75	Cindy Tiara Nita	1903040003	Manajemen Haji dan Umroh	Perempuan
76	Hesty Nuryani	1903041007	Manajemen Haji dan Umroh	Perempuan
77	Muhammad Faizal	1903041009	Manajemen Haji dan Umroh	Laki-Laki
78	M Ilham Ramadhan	1903042003	Manajemen Haji dan Umroh	Laki-Laki
79	Ngajam Imtisal	1903042004	Manajemen Haji dan Umroh	Laki-Laki
80	Rionardo	1903041017	Manajemen Haji dan Umroh	Laki-Laki
81	Lienta Mutiara Sivadiyanti	1903011070	Ekonomi Syariah	Perempuan

Data mahasiswa FEBI IAIN Metro yang menjadi responden

Label Halal (X)							Keputusan Pembelian (Y)									
X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	Total X	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total Y
5	5	5	4	5	4	4	32	4	4	4	3	4	4	5	4	32
5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	3	5	5	5	5	38
4	4	5	5	5	5	5	33	5	5	5	4	4	5	3	5	36
5	4	5	5	4	5	5	33	5	5	5	5	4	5	4	5	38
4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	4	4	4	31	5	4	5	4	5	5	4	4	36
4	5	5	4	4	4	4	30	5	4	5	5	3	5	4	4	35
4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	4	4	4	4	5	5	34
5	4	5	4	4	5	5	32	4	5	4	5	4	4	4	5	35
5	5	4	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	3	4	4	29	4	4	4	4	3	4	3	4	30
5	4	4	5	5	4	4	31	4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	4	4	5	4	4	4	29	4	4	4	3	4	4	4	4	31

5	5	4	4	5	4	4	31	4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	4	3	4	4	5	4	32
4	5	4	5	4	4	4	30	4	4	4	4	5	4	4	5	34
5	4	5	4	4	4	5	31	4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	5	5	5	4	31	4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	4	4	5	5	4	5	31	4	5	4	4	4	4	5	4	34
4	5	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	5	5	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	4	5	5	31	4	5	4	4	4	4	4	4	33
5	5	3	5	5	5	5	33	5	5	3	5	5	5	5	3	36
4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	4	5	4	4	31	5	4	5	4	5	5	5	4	37
4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	5	5	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	5	4	4	30	4	4	4	3	4	4	5	4	32
4	4	4	5	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	4	5	5	34	4	5	4	4	5	4	4	4	34
4	5	4	5	4	4	4	30	4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	5	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	3	5	5	5	5	33	4	5	4	4	5	4	5	5	36
4	4	4	5	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	5	5	5	34	4	5	4	4	4	4	5	4	34

Skor jawaban responden dari item pertanyaan yang ada

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

RIWAYAT HIDUP



Sofhia Sofa lahir pada tanggal 20 Mei 2001 di Kota Metro. Anak keempat dari pasangan Bapak M. Ahlal Bazar dan Ibu Desma Bety. Pendidikan yang telah ditempuh peneliti adalah TK PKK 1 Yosodadi, Metro Timur lalu melanjutkan ke SDN 4 Metro Timur dan selesai pada tahun 2013, selanjutnya SMP Negeri 3 Batanghari Lampung Timur dan selesai pada tahun 2016, kemudian melanjutkan ke SMA Negeri 2 Metro dan selesai pada tahun 2019. Kemudian peneliti melanjutkan pendidikan di IAIN Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah.