

**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN
PRODUK KOSMETIK**

(Studi pada Mahasiswa Hukum Keluarga FIAI UII)



ACT
Dijikan
4 des 2023
A-Nur

Oleh

Nadhira Arsyah Diva

NIM : 19421041

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Hukum Keluarga
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Hukum Islam

YOGYAKARTA

2023

**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN
PRODUK KOSMETIK**

(Studi pada Mahasiswa Hukum Keluarga FIAI UII)



Oleh

Nadhira Arsyah Diva

NIM : 19421041

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Hukum Keluarga
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

YOGYAKARTA

2023

**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN
PRODUK KOSMETIK
(Studi pada Mahasiswa Hukum Keluarga FIAI UII)**



Oleh

Nadhira Arsyah Diva

NIM : 19421041

Pembimbing

Ahmad Nurozi, S.H.I., M.S.I

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Hukum Keluarga
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

YOGYAKARTA

2023

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nadhira Arsyah Diva
NIM : 19421041
Program Studi : Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah)
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal Terhadap Pengambilan Keputusan Penggunaan Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswa Hukum Keluarga FIAI UII)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiasi atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 3 Mei 2023

Yang menyatakan,



(Nadhira Arsyah Diva)

HALAMAN PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiaii@uii.ac.id
W. fiaii.uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ahwal Al-Syakhshiyyah yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 24 Mei 2023
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Kosmetik (Studi pada Mahasiswa Hukum Keluarga FIAI UII)
Disusun oleh : NADHIRA ARSYA DIVA
Nomor Mahasiswa : 19421041

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Syariah pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua : Dr. M. Roem Syibly, S.Ag, MSI
Penguji I : Dr. Muhammad Roy Purwanto, S.Ag, M.Ag
Penguji II : Dzulkifli Hadi Imawan, Lc., M.Kom.I, Ph.D.
Pembimbing : Ahmad Nurozi, S.H.I., M.S.I.

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

Yogyakarta, 30 Mei 2023



Dr. Drs. Asmuni, MA

NOTA DINAS

PERSETUJUAN PEMBIMBING

NOTA DINAS

Yogyakarta, 13 Syawal 1444 H

3 Mei 2023

Hal : Skripsi
Kepada : Yth Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Di-Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat Nomor : 1517/Dek/60/DAATI/FIAI/XI/2022 tanggal 25 November 2022 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama Mahasiswa : Nadhira Arsyah Diva

Nomor Mahasiswa : 19421041

Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Jurusan/Prodi : Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah)

Tahun Akademik : 2022

Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswa Hukum Keluarga FIAI UII)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahkan, dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi dimaksud.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing



(Ahmad Nurozi, S.H.I., M.S.I)

HALAMAN MOTTO

“Kecantikan yang halal, kulit sehat abadi: mengungkap rahasia skincare berlabel halal untuk menjaga kecantikan dan kesehatan dengan damai dan bertanggung jawab. pentingnya kehalalan dalam skincare, di mana produk yang digunakan tidak hanya membantu menjaga kecantikan kulit, tetapi juga tidak merugikan kesehatan tubuh dan lingkungan. dalam mencapai tujuan ini, tanggung jawab dan perdamaian menjadi faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam memilih skincare.”¹

¹ Jujuk Ernawati, “Pentingnya Memilih Kosmetik Halal” , dikutip dari <https://www.viva.co.id/amp/gaya-hidup/gaya/1021491-pentingnya-memilih-kosmetik-halal> diakses pada hari Jumat 28 April 2023 jam 22.13 WIB

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Ibu, Ayah, Saudara, keluarga, Diri Sendiri serta semua teman dan orang yang mendoakan agar skripsi ini bisa selesai dengan baik, Jazakallah Kullahu Khairan, semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan kalian semua dengan kebaikan dan rahmat oleh Allah SWT,

Aamiin...

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0. 1 Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be

ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we

هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0. 2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
َ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0. 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا..	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَا..	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

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

Tabel 0. 4 Tabel Transliterasi *Maddah*

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

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul
munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu

- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- | | |
|--|---|
| - وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ | Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn |
| - بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا | Bismillāhi majrehā wa mursāhā |

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK KOSMETIK
(Studi pada Mahasiswa Hukum Keluarga FIAI UII)**

Nadhira Arsyah Diva

ABSTRAK

Label Halal merupakan sebuah informasi yang ada dalam kemasan produk untuk memberi tau konsumen atau calon konsumen bahwa produk tersebut halal dan aman digunakan. Mahasiswa Hukum Keluarga FIAI UII masih banyak yang kurang memperhatikan kehalalan sebuah produk kosmetik sehingga diadakannya penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal dalam pengambilan keputusan penggunaan yang dibandingkan dengan indikator lainnya yaitu harga, merk, dan kualitas. Status sebagai mahasiswa Hukum Keluarga Fakultas Ilmu Agama Islam UII bukanlah hanya sebuah sandangan namun juga harus mencerminkan diri sebagai mahasiswa muslim yang taat dengan pedoman Islam yaitu menggunakan dan mengonsumsi produk-produk yang halal. Penelitian dengan studi pada mahasiswa Hukum Keluarga Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indoensia. Dengan adanya beberapa indikator akan memberikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk memilih produk yang akan digunakan nantinya. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif analisis dengan pendekatan ilmiah dan disajikan dalam bentuk data serta interpretasinya. Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini membahas pengaruh adanya label halal pada produk dalam memutuskan untuk menggunakan dan seberapa besar kesadaran mahasiswa Hukum Keluarga FIAI UII dalam menggunakan produk yang sudah berlabel halal. Pada pembahasan juga akan dijelaskan pengaruh secara parsial dan simultan label halal, harga, merk, dan

kualitas terhadap keputusan penggunaan produk kosmetik dikalangan mahasiswa Hukum keluarga Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Kata kunci : label halal, pengaruh, laki-laki, perempuan dan keputusan penggunaan

**THE INFLUENCE OF THE LABEL HALAL ON THE DECISION
MAKING OF THE USE OF COSMETIC PRODUCTS**

(Study on Family Law Students at FIAI UII)

Nadhira Arsya Diva

ABSTRACT

The Halal label is an information on the product packaging to inform consumers or potential consumers that the product is halal and safe to use. There are still many FIAI UII Family Law students who pay little attention to the halal label of a cosmetic product, so this research was held. This study aims to analyze the effect of the halal label on usage decisions compared to other indicator such as, namely price, brand, and quality. As a Family Law student at the UII Faculty of Islamic Studies is not only a clothing but also must should be a reflection as a Muslim student who adheres to Islamic guidelines, which are using and consuming halal products. Research with studies on Family Law students at the Faculty of Islamic Studies, Islamic University of Indonesia. The existence of several indicators will provide consideration in making decisions to choose the product to be used. The method in this study uses a quantitative method of analysis with a scientific approach and is presented in the form of data and its interpretation. Based on the formulation of the research problem, this study discusses the effect of the existence of a halal label on a product in deciding to use it and how much awareness of FIAI UII Family Law students use products that are already labeled halal. The discussion will also explain the partial and simultaneous influence of the halal label, price, brand and quality on the decision to use cosmetic products among students of family law at the Faculty of Islamic Studies, Islamic University of Indonesia.

Keywords: halal label, influence, men, women and the decision to use

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim..

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil 'alamin, Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, yang masih memberikan nikmat dan rahmat-Nya serta hidayah-Nya kepada hamba-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsinya yang berjudul **“Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswa Hukum Keluarga FIAI UII).”** Tidak lupa pula sholawat serta salam penulis ucapkan kepada *Rasulullah Shalallahu 'Alahi Wa sallam* yang telah menjadi pembawa kabar gembira dari ummat manusia.

Adapun selama proses penulisan tugas akhir, penulis senantiasa mendapatkan dukungan, do'a, arahan, motivasi serta pertolongan dari berbagai pihak, sehingga dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Fathul Wahid, S.T., M. Sc., Ph.D. Rektor Universitas Islam Indonesia
2. Dr. Drs, Asmuni, MA. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
3. Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
4. Krismono, S.H.I., M.S.I. Ketua Program Studi Hukum Keluarga

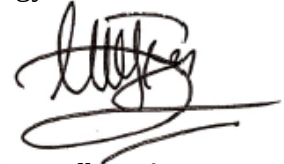
5. Ahmad Nurozi, S.H.I., M..S.I Dosen pembimbing Skripsi yang membimbing pembuatan skripsi ini hingga selesai
6. Seluruh Tenaga Pendidikan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Ilmu Agama Islam
7. Para responden Mahasiswa Hukum Keluarga angkatan 2019 hingga 2022 yang telah membantu menjadi responden sehingga dapat dijadikan data penelitian.
8. Orang tua saya yang telah membantu dalam berbagai aspek dan selalu mendoakan kelancaran dalam seluruh kegiatan saya baik di kampus maupun tidak.
9. Winda Hapsari Indrawati sahabat saya yang selalu setia menemani dalam semua proses pembuatan skripsi ini.
10. Nadia Hasna Luthfianita teman terdekat saya semasa kuliah yang selalu mengingatkan saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman dan sahabat saya yang sedang berjuang menyelesaikan skripsinya namun tetap memberikan motivasi dan saran dalam penyelesaian skripsi ini
12. Diri sendiri yang telah berjuang untuk menyelesaikan semua rangkaian dan tahapan dalam perkuliahan sampai titik ini.
13. Seluruh Mahasiswa Hukum Keluarga yang telah membantu dalam menyebarkan kuisioner penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

Akhir kata penulis ucapkan, semoga Allah senantiasa membalas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Adapun kritik dan saran yang membangun, sangat penulis harapkan agar kedepannya dapat lebih baik lagi dalam berkarya dan semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Aamiin...

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Yogyakarta, 3 Mei 2023

A handwritten signature in black ink, featuring a stylized, cursive script with a prominent horizontal stroke at the bottom.

Nadhira Arsyah Diva

DAFTAR ISI

COVER	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
NOTA DINAS.....	v
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
ABSTRAK	xviii
KATA PENGANTAR.....	xxi
DAFTAR ISI.....	xxiv
DAFTAR TABEL	xxvi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat teoritis.....	9
2. Manfaat praktis	10
E. Hipotesis Sementara.....	11
F. Sistematika pembahasan	11
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	14
A. Kajian pustaka	14
B. Landasan Teori.....	17
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN.....	34
A. Metode Penelitian.....	34

B. Jenis Penelitian dan Pendekatan.....	35
C. Objek Penelitian	36
D. Sumber Data	36
E. Definisi Oprasional Variabel.....	37
F. Populasi dan Sampel	38
G. Teknik Pengumpulan Sampel.....	39
H. Teknik pengumpulan data	41
I. Skala pengukuran variabel	42
J. Langkah-langkah Pengolahan data.....	42
K. Uji validitas dan uji reliabilitas	43
1. Uji validitas	43
2. Uji reliabilitas	43
L. Regresi linier berganda.....	44
M. Pengujian hipotesis	45
N. Teknik analisis data	46
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran umum objek penelitian	47
B. Hasil penelitian.....	50
C. Pembahasan.....	89
BAB V	94
KESIMPULAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 0. 1 Tabel Transliterasi Konsonan	viii
Tabel 0. 2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal.....	xi
Tabel 0. 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap.....	xii
Tabel 0. 4 Tabel Transliterasi Maddah.....	xii
Tabel 2. 1 Populasi Mahasiswa Hukum Islam UII.....	38
Tabel 2. 2 Indikator dari Kisi-Kisi Angket Penelitian	41
Tabel 2. 3 Skala Liker Jawaban Angket.....	42
Tabel 4. 1 Data Hasil Penelitian.....	51
Tabel 4. 2 Data Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 3 Tabel Variabel X1 Respon Laki-laki	52
Tabel 4. 4 Tabel Variabel X1 Respon Perempuan	55
Tabel 4. 5 Tabel Variabel X2 Respon Laki-Laki	57
Tabel 4. 6 Tabel Variabel X2 Respon Perempuan	59
Tabel 4. 7 Tabel Variabel X3 Respon laki-Laki	61
Tabel 4. 8 Tabel Variabel X3 Respon Perempuan	63
Tabel 4. 9 Tabel Variabel X4 Respon Laki-Laki	64
Tabel 4. 10 Tabel Variabel X4 Respon Perempuan	66
Tabel 4. 11 Tabel Variabel Y Respon Laki-Laki	68
Tabel 4. 12 Tabel Variabel Y Respon Perempuan	70
Tabel 4. 13 Tabel Uji Validitas	72
Tabel 4. 14 Tabel Uji Reliabilitas	80
Tabel 4. 15 Coefficient Persamaan Regresi Laki-Laki	80
Tabel 4. 16 Coefficient Persamaan Regresi Perempuan	82
Tabel 4. 17 Keofisien Determinasi Laki-Laki.....	84
Tabel 4. 18 Keofisien Determinasi Perempuan.....	85
Tabel 4. 19 Uji Parsial Laki-Laki.....	85
Tabel 4. 20 Uji Parsial Perempuan.....	86
Tabel 4. 21 Uji Simultan Laki-Laki	87
Tabel 4. 22 Uji Simultan Perempuan	88

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia memiliki banyak kebutuhan baik kebutuhan jasmani maupun rohani, kebutuhan tersebut biasanya digunakan untuk menunjang aktifitas yang dilakukan sehari-hari agar lancar. Kebutuhan jasmani merupakan kebutuhan yang paling menonjol karena terlihat secara langsung sehingga kebanyakan manusia lebih mendahulukan memenuhi kebutuhan jasmani daripada rohani. Tidak terlepas dari kebutuhan rohani sebab kebutuhan rohani akan berjalan dengan baik ketika manusia dapat memenuhi kebutuhan jasmani terlebih dahulu. Membahas mengenai kebutuhan jasmani manusia tidak lepas dari kebutuhan penampilan fisik baik laki-laki maupun perempuan. Bahkan untuk penampilan bisa dikatakan itu merupakan kebutuhan yang wajib dipenuhi sehari-harinya, karena setiap manusia akan bepergian atau melakukan aktivitas di luar rumah mereka akan berdandan atau berpenampilan yang pantas agar memberi kesan yang baik bagi sekitarnya dan untuk menunjukkan keunikan mereka dalam setiap penampilannya. Khususnya untuk perempuan jika membahas soal penampilan banyak macam bentuk kebutuhan dalam menunjang hal tersebut seperti pakaian, aksesoris, dan kosmetik. Namun pada zaman sekarang ini yang aware akan penampilan tidak hanya perempuan saja, tidak jarang laki-laki pun sangat memperhatikan penampilan dan gaya berpakaianya.

Bahkan untuk sekarang banyak laki-laki yang juga memperhatikan penampilan kulitnya, rambutnya, bahkan aroma tubuhnya, sehingga yang membutuhkan kosmetik pun tidak hanya perempuan namun laki-laki pun membutuhkannya.

Seiring berkembangnya zaman pula saat ini banyak produk-produk kosmetik yang beredar dari produk lokal hingga produk luar. Kosmetik lokal di Indonesia terus menerus mengalami perkembangan dikarenakan banyaknya permintaan dari konsumen dan peluang omset yang begitu besar. Namun walaupun banyak produk lokal yang beredar tidak banyak produk-produk tersebut yang sudah bersertifikasi atau terlabelisasi halal. Dengan harga yang relative ramah kantong mahasiswa karena produk lokal membuat produk-produk tersebut sangat diminati di kalangan mahasiswa, sehingga terkadang mereka mengkesampingkan kehalalannya dalam penggunaannya.

Kosmetik sendiri memiliki banyak fungsi yang bermanfaat bagi manusia sehingga terus terciptakan inovasi-inovasi baru dari desain packaging produk, manfaat produk hingga formula produk yang ditawarkan. Sehingga banyak masyarakat yang tertarik untuk menggunakan dan memilikinya.² Pada zaman dahulu fungsi kosmetik hanya untuk kebutuhan sekunder namun seiring berkembangnya zaman dan peningkatan minat

² Aditya Rahayu, Muzakar Isa, "Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Norma Subyektif Terhadap Sikap Pemuda Muslim Dalam Niat Beli Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Di Solo Raya)", 2023, hlm 2463

masyarakat terhadap kosmetik membuat kosmetik menjadi kebutuhan yang sangat penting dan hampir tidak terlewatkan.

Dari hal tersebut terbentuklah perilaku konsumtif dan keputusan untuk membeli dan menggunakan suatu produk terkhususnya produk kosmetik, banyak dipengaruhi dari permintaan yang terus naik di pasaran.³ banyaknya jenis produk kosmetik yang beredar akan mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang, sehingga tidak jarang dari mereka yang memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk kosmetik bukan karena pertimbangan label tetapi permintaan pasar dan harga miring. Dengan banyaknya produk kosmetik yang beredar maka diperlukan pengetahuan serta kesadaran yang memadai dalam memilih sebuah produk kosmetik terutama pada sertifikasi kehalalannya. Peredaran kosmetik yang cukup tinggi di kalangan masyarakat saat ini membuat kita diharuskan untuk memiliki kesadaran dan pengetahuan dalam memilih dan memilah produk kosmetik manakah yang layak digunakan, berstandart Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) serta memiliki label atau sertifikasi halal.⁴ Kosmetik yang tidak halal memiliki proses pembuatan hingga bahan baku yang digunakan mengandung zat-zat atau unsur yang diharamkan oleh Islam. Berdasarkan data dari LPPOM MUI, perusahaan kosmetik yang sudah mendaftarkan sertifikasi kehalalan produknya sebanyak 794

³ Rusbiansyah Perdana Kusuma, Ria Kurniawati, Agus suherman, "Analisa Pengetahuan Produk Halal, Sikap Konsumen Terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z Di Kota Tangerang Dalam Menggunakan Produk Kosmetik Halal Dalam Negeri", 2022, hlm 3978-3979

⁴ Renny Supriyatni, dkk, *Pengakuan Sertifikasi Halal Secara Internasional*, (Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah – Bank Indonesia, 2022), hlm 31

perusahaan dan sertifikat halal yang udah diterbitkan sejumlah 1.913, dan produk kosmetik yang telah tersertifikasi halal berjumlah 75.385 produk sejak 2017. Sedangkan berdasarkan data BPOM izin penerbitan kosmetika baru pada tahun 2021 terdapat 215.000 produk dan jumlah kosmetik yang masih illegal terjaring mencapai 8.788 produk.⁵

Pengetahuan sebuah produk merupakan hal yang sangat penting untuk konsumen dalam mempertimbangkan atau mengevaluasi sebuah produk sebelum akhirnya nanti dibeli dan digunakan.⁶ Masyarakat dengan pengetahuan mengenali produk lebih tinggi analisis, kemampuan logis dan daya ingat pengenalan lebih baik dibanding dengan mereka yang hanya sekedar tau garis besarnya atau bisa dibilang lebih rendah pengetahuannya, maka dari itu mereka yang berfikir memiliki kemampuan lebih baik dibanding yang lain akan lebih percaya pada produk yang memiliki petunjuk intrinsic dalam mempertimbangkan kualitas sebuah produk. Sedangkan dalam pertimbangan kualitas produk yang lebih rendah biasanya lebih mempertimbangkan atau memperhatikan unsur ekstrinsiknya saja, seperti merek atau harganya dalam mengevaluasi dan memilah suatu produk, hal itu dikarenakan mereka kurang mengetahui bagaimana cara menilai atau mengevaluasi suatu produk dengan cermat.

⁵ Aditya Rahayu, Muzakar Isa, “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Norma Subyektif Terhadap Sikap Pemudi Muslim Dalam Niat Beli Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Di Solo Raya)”, 2023, hlm 2462

⁶ Herni Sarahuddin, ‘Pengaruh label halal terhadap keputusan penggunaan produk kosmetik di kalangan mahasiswi (studi kasus fakultas ekonomi dan bisnis unismuh makassar)’, 2019, hlm.2-3

Semakin maju pola pikir masyarakat saat ini membuat mereka makin melek akan kesadaran sebagai umat muslim. Hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan industri busana muslim yang semakin marak, semakin banyak pakaian-pakaian untuk wanita-wanita muslim dari berbagai model yang kekinian hingga muncul trend hijaber maupun hijab syari. Tingginya minat umat muslim untuk mengamalkan nilai-nilai dan prinsip syariah merupakan hal yang baik bagi kemajuan ummat. Sehingga secara otomatis akan semakin maju ummat muslim dari segala aspek yang nantinya hal tersebut akan berdampak pada kehidupan dan perilaku konsumen dalam menentukan dan memilih produk maupun jasa yang akan dibeli dan digunakan. Salah satu aspek yang harus sangat diperhatikan saat ini ialah kehalalan suatu produk dan seperti yang sudah dibahas diatas produk kosmetik pun harus memiliki label halal terlebih dahulu agar layak digunakan dan dikonsumsi oleh ummat muslim. Kehalalan merupakan hal yang penting di dalam pemasaran di Indonesia, karena saat ini seharusnya konsumen akan lebih memperhatikan keberadaan label halal pada sebuah produk yang beredar dijual di pasaran. Mengonsumsi atau menggunakan produk yang halal dipercaya akan menjadikannya berkah, sehat dan bermanfaat bagi mereka yang mengkonsumsinya. Pokok utama bagi ummat muslim dalam beribadah salah satunya adalah kehalalan, agar senantiasa manusia selalu berada di jalan yang benar bahkan sebuah kehalalan pun dibahas di dalam Al-Quran dan hadits. Mengonsumsi barang-barang, kosmetik, obat-obatan, makanan bahkan dalam mencari nafkah secara halal

selalu ditekankan di dalam Islam. Kosmetik dan obat-obatan bisa dikatakan halal jika bahan-bahan yang ada di dalamnya harus dari bahan baku pilihan yang sesuai dengan syariat Islam dan memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Konsep halal dalam kehidupan masyarakat luas sendiri sudah banyak dikenal dan diterapkan terkhususnya untuk masyarakat muslim yang dominan di Indonesia ini. Produk halal merupakan produk pangan, kosmetik, obat dan produk-produk lainnya yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya, dilarang pula untuk dikonsumsi ummat muslim baik menyangkut bahan baku, bahan tambahan, ataupun bahan pelengkap lainnya bahkan termasuk bahan produksi yang diolah melalui rekayasa genetika dan radiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syariat islam serta memberikan lebih banyak manfaat daripada mudharatnya. Allah pun telah menegaskan dalam Al-Quran terdapat pada surat Al-Maidah ayat 3 yang isinya “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi” (QS.5:3). Dari ayat tersebut dapat diartikan kata “memakan” memiliki makna yang luas tidak hanya diartikan sebagai memakan melalui mulut, tetapi memiliki maksud mengonsumsi segala olahan babi untuk berbagai keperluan termasuk kosmetik. Dijelaskan pula pada surat AL-Nahl ayat 114 yang berbunyi “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah” (QS.16:114).

Masyarakat muslim biasanya lebih cenderung memilih produk-produk yang telah pasti kehalalannya dibandingkan dengan produk yang belum terjamin halal dan belum dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang seperti MUI. Akibat dari pemahaman agama yang baik dan benar serta edukasi produsen mengenai sertifikat halal pada produknya menghasilkan kesadaran yang tinggi akan pentingnya mengkonsumsi produk yang halal. Hal ini bersampak pada semakin tingginya konsumen muslim yang peduli akan sertifikat label halal pada produk yang akan dibelinya.

Terdapat tiga kelompok industri halal yaitu makanan, non-makanan, dan layanan daerah. Dari yang telah disebutkan non-makanan produk halal merupakan pasar yang masih terbilang sangat baru untuk dieksplorasi. Kosmetik, produk perawatan pribadi, body care, produk kulit, serta obat-obatan merupakan beberapa produk non-pangan yang mempertimbangkan label halal pada produknya. Hal tersebut dikarenakan produk yang telah disebutkan sebelumnya merupakan produk yang sangat lekat pada kehidupan manusia sehari-hari. Produk ini memiliki kontak langsung dengan konsumsi manusia sebagai makanan dan perawatan. Maka dari itu produsen kosmetik dan produk-produk perawatan lainnya diharuskan mencari atau menjamin produk mereka sudah tersertifikasi halal. Dari pelabelan atau pendaftaran sertifikasi kehalalan sebuah produk akan mempengaruhi penjualan dan keuntungan pasar serta menangkap pangsa pasar lebih banyak dan memberikan ketenangan pikiran dan kenyamanan

batin bagi konsumen terhadap apa yang telah mereka beli dan gunakan adalah produk yang halal dan aman dikonsumsi bagi umat muslim. Maka dari itu sertifikasi kehalalan sebuah produk kosmetik perlu sangat diperhatikan karena kualitas yang baik saja tidak cukup untuk memenuhi permintaan konsumen muslim.

Terlepas dari yang sudah dijelaskan di atas masih banyak masyarakat terutama di kalangan mahasiswa bahkan mahasiswa muslim yang kurang memperhatikan kehalalan sebuah produk kosmetik. Kurangnya pemahaman mahasiswa dalam hal produk halal non pangan mengakibatkan mereka kurang peduli akan hal tersebut. Mereka menganggap karena produk tersebut tidak dikonsumsi secara langsung (dimakan) maka tidak apa-apa jika belum berlabel halal. Di samping itu masih ada penyebab-penyebab lain yang mengakibatkan kurangnya kepedulian mahasiswa terhadap pengambilan keputusan penggunaan produk kosmetik yang belum berlabel halal. Faktor harga yang murah dan ramah kantong mahasiswa membuat mereka kurang berfikir panjang untuk mengevaluasi ulang sebelum membeli dan menggunakan produk tersebut. Maraknya merk-merk luar negeri yang mulai masuk ke dalam Indonesia terutama produk kosmetik dari Korea dan China membuat mereka tergiur untuk mencoba dan menggunakannya. Tidak hanya produk luar saja, sebenarnya masih banyak produk lokal yang juga belum tersertifikasi halal namun memiliki kualitas yang bagus dan harga yang miring sehingga membuat mahasiswa pun tanpa berfikir panjang untuk membeli dan menggunakannya. Maka dari itu

diadakannya penelitian tentang pengaruh label halal terhadap pengambilan keputusan untuk menggunakan produk kosmetik di kalangan mahasiswa dengan studi kasus pada mahasiswa Ahwal Syakhshiyah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia oleh peneliti.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan penggunaan produk kosmetik
2. Seberapa besar kesadaran Mahasiswa Hukum Keluarga Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia terhadap pentingnya kehalalan sebuah produk kosmetik?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh labelisasi kehalalan produk kosmetik terhadap keputusan penggunaannya di kalangan Mahasiswa Hukum Keluarga Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
2. Untuk menjelaskan pengaruh label halal terhadap keputusan penggunaan produk kosmetik di Mahasiswa Hukum Keluarga Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini memiliki manfaat bagi pengembang ilmu pengetahuan dan calon pebisnis khususnya tentang labelisasi halal dan kosmetik yang semakin berkembangnya zaman banyak masyarakat Indonesia yang

berkecimbung di dunia bisnis terkhususnya di bidang kosmetik. Sehingga diharapkannya terdapat kesadaran dalam meramu produk kosmetik menggunakan bahan-bahan yang halal dan mendaftarkan labelisasi kehalalannya. Penelitian ini juga bisa digunakan sebagai referensi untuk mengetahui seberapa minat mahasiswi dalam menggunakan produk kosmetik yang belum terlabelisasi halal

2. Manfaat praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi mahasiswi bahwa kehalalan dari suatu produk kosmetik merupakan factor penting dalam memutuskan menggunakan produk tersebut
- b. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi calon-calon perintis usaha dalam bidang kosmetik agar mempertimbangkan kehalalan bahan-bahan dan label halal dalam produknya.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan pula dapat bermanfaat bagi seluruh kalangan tidak hanya mahasiswi saja, mengingat sekarang hampir semua kalangan bersinggungan langsung dengan sebuah produk kosmetik untuk merawat dan mempercantik diri.
- d. Sebagai bahan informasi atau materi tambahan perkuliahan dan diskusi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Program Studi Ahwal Syakhshiyah tentang kehalalan suatu produk tidak hanya terfokus terhadap makanan yang dikonsumsi saja.

E. Hipotesis Sementara

Pada penelitian sebelumnya harga dan kualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk penggunaan produk kosmetik. Label halal juga memiliki pengaruh terhadap keputusan untuk penggunaan produk kosmetik namun tidak terlalu signifikan. Sedangkan merek tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan produk kosmetik. Maka peneliti memprediksi harga, kualitas, dan merek lebih memiliki pengaruh positif yang signifikan dibandingkan dengan label halal.

F. Sistematika pembahasan

Sistematika penelitian skripsi ini dibagi menjadi beberapa bagian yaitu:

1. Bagian awal skripsi

Bagian awal skripsi mencakup sampul depan, halaman judul, halaman pengesahan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, dan daftar tabel.

2. Bagian isi skripsi

Bagian isi skripsi mengandung lima bab yaitu, pendahuluan, kajian pustaka dan landasan teori, metode penelitian, hasil penelitian dan pembahasan, serta penutup atau kesimpulan.

BAB I PENDAHULUAN

Meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah atau focus dan pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, hipotesa

sementara serta sistematika pembahasan. Bab ini merupakan bagian pengantar awal dalam penyusunan skripsi yang akan peneliti lakukan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA

Landasan teori dan kajian pustaka berisi tentang penelitian terdahulu dan landasan teori yang memperkuat penelitian seperti, label halal, produk, pengambilan keputusan, dan kosmetik.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III berisi tentang metode penelitian, jenis penelitian dan pendekatan, objek penelitian, sumber data, definisi operasional variabel, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, skala pengukuran variabel, langkah-langkah pengolahan data, uji penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil dan pembahasn penelitian yang telah peneliti laksanakan dalam bab ini penulis membahas tentang : (i) perbandingan hasil penelitian antara mahasiswa laki-laki dan perempuan, (ii) pengaruh label halal terhadap keputusan penggunaan kosmetik bagi mahasiswa laki-laki dan perempuan.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi tentang uraian kesimpulan dari hasil pembahasan serta saran-saran mengenai permasalahan yang ada.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian pustaka

Penelitian mengenai Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Kosmetik Di Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia telah banyak dipublikasikan baik dalam bentuk jurnal, skripsi, tesis dan lain-lain, di antaranya sebagai berikut :

1. Jurnal “Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo)” Premi Wahyu Widyaningrum (2016). Pokok pembahasan pada jurnal ini adalah mengenai pengaruh label halal dan celebrity endorses pada minat pembelian atau penggunaan produk kosmetik merek Wardah di daerah Ponorogo. Dibahas pula mengenai respect konsumen terhadap produk kosmetik yang sudah memiliki label halal.
2. Jurnal “ Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal di Pekalongan” Nur Kholidah dan Muhammad Arifiyanto (2021). Pokok pembahasan pada jurnal ini adalah analisis untuk mengidentifikasi factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik berlabel halal. Dengan menggunakan Metode survei dan pengumpulan data dari responden yang merupakan konsumen kosmetik di pekalongan lalu data tersebut dianalisis dengan

teknik analisis factor untuk mengidentifikasi factor-faktor yang signifikan.

3. Jurnal “Analisa Pengetahuan Produk Halal, Sikap Konsumen Terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z Di Kota Tangerang Dalam Menggunakan Produk Kosmetik Halal Dalam Negeri” Rusbiansyah Perdana Kusuma dkk (2022). Pokok pembahasan pada jurnal ini adalah perilaku konsumen generasi Z dengan pengetahuan produk halal dan kesadaran mereka dalam memutuskan menggunakan produk halal.
4. Jurnal “Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Terhadap Preferensi Konsumen Muslim Dalam Pembelian Kosmetik Asing (Studi Pada Mahasiswi Muslim di Kota Malang)” Lutfia Widyastuti (2019). Pembahasan pada skripsi ini mengenai konsumen muslim produk kosmetik asing, ketertarikan konsumen muslim untuk membeli produk kosmetik asing yang belum berlabel halal. Serta banyaknya konsumen muslim yang memutuskan untuk menggunakan produk kosmetik asing yang belum berlabel halal.
5. Jurnal “Pengaruh Label Halal Pada Pertumbuhan Kosmetik Dan Pandangan Wanita Muslim Negara Islam Dunia” Dinar Hidayatullah (2018). Pokok pembahasan pada jurnal ini adalah tentang perkembangan muslim yang semakin meningkat sehingga mempengaruhi produk-produk non makanan yang berlabel halal seperti kosmetik. Dibahas pula ciri-ciri produk kosmetik yang halal dan dampak

dari label halal tersebut terhadap penggunaanya oleh muslimah yang ada sekarang ini.

6. Jurnal “Analisa Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Wanita Muslim Golongan Menengah Terhadap Brand Switching Kosmetik Halal” Tanty Yuanita dkk (2017). Pokok pembahasan pada jurnal ini adalah pengetahuan dan persepsi wanita muslim terkhususnya golongan menengah terhadap kosmetik yang sudah halal.
7. Jurnal “Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian pada Kosmetik Berlabel Halal” Ratih Hesty Utami Puspitasari (2019). Pokok pembahasan pada jurnal ini adalah pengaruh – pengaruh yang mempengaruhi seseorang dalam memutuskan untuk membeli atau menggunakan produk kosmetik yang sudah halal.
8. Jurnal “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Norma Subyektif Terhadap Sikap Pemudi Muslim Dalam Niat Beli Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Di Solo Raya)” Aditya Rahayu dan Muzakar Isa (2023). Pokok pembahasan pada jurnal ini adalah seberapa besar pengetahuan, religiusitas dan norma subjektif dalam mempengaruhi pemudi muslim untuk memutuskan menggunakan produk kosmetik yang halal.
9. Jurnal “Kefahaman Halal, Norma Subjektif, Sikap dan Kawalan Gelagat ditanggap Terhadap Penggunaan Produk Kosmetik Halal” Nazifah Abdull Razab (2016). Pokok pembahasan pada jurnal ini adalah pengaruh kefahaman mengenai halal atau haramnya sesuatu, disertai

dengan norma subjektif dalam mengambil keputusan menggunakan produk kosmetik halal.

10. Jurnal “Analisis Kesadaran Halal Sebagai Variable Intervening pada Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal Wardah Di Kabupaten Pemalang” Ferica Aprlia dan Trisha Gilang Saraswati (2021). Pokok pembahasan pada jurnal ini adalah seberapa besar kesadaran mengenai kehalalan akan sesuatu yang mempengaruhi sertifikasi halal dalam minat beli kosmetik Wardah.

B. Landasan Teori

Landasan teori memiliki fungsi untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu permasalahan yang terjadi serta untuk memudahkan dalam menemukan cara dari setiap permasalahan-permasalahan yang ada. Dalam penelitian sebuah landasan teori sangat penting untuk menjadi dasar ilmu yang digunakan dalam meneliti suatu masalah.

1. Label halal

Dalam islam untuk sesuatu benda ataupun perbuatan tidak terlepas dari hukum al-khamsah , yaitu halal, haram, syubhat, makruh dan mubah. Yang mana segala sesuatu yang diciptakan Allah dimuka bumi ini hukum asalnya adalah halal dan mubah. Kata halal berarti diperbolehkan (oleh hukum agama) yang artinya tidak diharamkan.⁷ Halal dalam Bahasa Arab berasal dari kata *halla*, *yahillu*, *hillan*, yang

⁷ Achmad Maulana, dkk, *Kamus Ilmiah Populer: Lengkap dengan EYD dan Pembentukan Istilah serta Akronim Bahasa Indonesia*, Yogyakarta : Absolut, 2008,hlm. 187.

bermakna membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan, dan memperbolehkan.⁸ Secara istilah halal dapat diartikan menjadi segala sesuatu yang boleh digunakan atau dikerjakan dengan pengertian yang harus digaris bawahi bahwa orang yang melakukan tidak mendapatkan sanksi dari Allah SWT.

Sebagai mana pendapat para ulama seperti, Abu Muhammad Al-Husayn ibn Mas'ud Al-Baghawi(436-510H) dari mazhab Syafi'I, berpendapat kata "*halal*" berarti sesuatu yang diperbolehkan oleh syariat karena baik.⁹ Muhammad ibn Ali al-Syawkani (1759-1834 H) berpendapat, dinyatakan sebagai halal karena terurainya simpul tali atau ikatan larangan yang mencegah.¹⁰ Yang mana pendapatnya selaras dengan pendapat dari Al-Syawkani (1759-1834 H). Dari kalangan ulama kontemporer, seperti Yusuf Al-Qaradhawi, mendefinisikan bahwa halal sebagai sesuatu yang dengannya terurailah buhul yang membahayakan, dan Allah memperbolehkan untuk dilaksanakan.¹¹ Selain pendapat di atas ada Abd Al-Rahman ibn Nashir ibn Al-Sa'id menerangkan kata "*halal*" menyurutinya kepada bagaimana

⁸ Aisjah Girindra, *LP POM MUI Sejarah Sertifikasi Halal*, Jakarta: LP POM, 1998, hlm. 20

⁹ Abu Muhammad al-Husayn ibn Mas'ud al-Baghawi, *Ma'alim Tanzil*, (Dar Thibah, Majma' Malik Fahd, 1417 H-1997 M), Cet. IV, jilid I, h. 180.

¹⁰ Imam al-Syawkani, *Fath al-Qadir*, (Bayrut: Dar al-Ma'rifah, 2007), Cet. IV, h. 216.

¹¹ Yusuf al-Qaradhawi, *Al-Halal wa al-Haram fi al-Islam*, terjemah Wahid Amadi dkk, Halal Haram dalam Islam, (Solo: Era Intermedia, 1424H 2003 M), Cet III, h. 31

memperolehnya, bukan dengan cara ghasab, mencuri, dan bukan sebagai hasil dari muamalah yang haram ataupun berbentuk haram.¹²

Adapun prinsip utama dalam islam dalam menghukumi asal segala sesuatu diperbolehkan adalah adanya kaidah dalam hukum islam menyatakan sebagai berikut:

الأصل على الأشياء الإباحة

“Asal hukum atas benda adalah boleh”

Pada kaidah ini menerangkan bahwa asal hukum semua benda dengan segala perbedaan dan motifnya adalah halal. Dimana ungkapan tersebut bersifat secara umum dan menjadi dasar dari pemikiran tentang bagaimana konsepsi halal dalam hukum islam, berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Dalam Al-Quran yang dijadikan rujukan ialah ayat 29 pada surat Al-Baqarah yang berbunyi sebagai berikut :

هو الذي خلق لكم ما يف الأرض جميعا

“Dialah Allah yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu”

Ayat ini di perkuat dengan ayat lain yang menyampaikan hal yang berkaitan pada surat Al-Luqman ayat 20:

¹² Abd al-Rahman ibn Nashir ibn al-Sa'di, *Taysir al-Karim al-Rahman fi Tafsir Kalm al-Mannan*, ditahqiq oleh 'Abd al-Rahman ibn Ma'la alLuwayhik, (Mu'assasah al-Risalah, Malik Fahd, 1420H-2000H), Cet. I, h. 80.

أَلَمْ تَرَوْا أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ
وَأَسْبَغَ عَلَيْكُمْ نِعَمَهُ ظَهَرَ وَبَاطِنًا

*“Tidakkah kamu perhatikan sesungguhnya Allah telah
menundukkan untuk(kepentingan)mu apa yang di langit dan apa yang
di bumi dan menyempurnakan untukmu nikmati-Nya lahir dan batin”*

Ayat ini menunjukkan bahwa Allah menciptakan segala sesuatu tersebut secara mutlak, Allah lah yang menundukkan dan memberikan segalanya untuk manusia, selama Allah tidak menegaskan suatu larangan terhadap sesuatu. Terkecuali jika ada larangan yang tegas tentang keharaman atas benda atau sesuatu.

Halal merupakan pernyataan tertulis dari sebuah kebijakan yang berisikan tentang komitmen perusahaan untuk memproduksi produk yang halal secara konsisten baik itu dalam penggunaan dan pengadaan bahan baku, bahan pelengkap serta konsisten dalam proses produk halal sesuai dengan syariat islam yang berlaku. Halal sendiri memiliki beberapa kriteria yang harus dipenuhi hingga produk tersebut bisa dikatakan menjadi sebuah produk yang halal. Kriteria tersebut ialah yang pertama, berdasarkan proses yang dimaksud di sini adalah untuk bahan pangan yang berasal dari tumbuhan, ikan dan pada saat proses pengolahan, penyimpanan, hingga transportasi dan alat yang digunakan tidak habis digunakan untuk bahan-bahan yang haram seperti babi dan

semacamnya. Sedangkan untuk bahan pangan yang berasal dari hewani, proses penyembelihannya pun harus diperhatikan yaitu harus disembelih dengan menyebut nama Allah. Kedua, yaitu halal berdasarkan substansi, kriteria ini terbagi lagi menjadi dua yaitu:¹³

- a. Halal zatnya, sebenarnya makanan apapun pada dasarnya halal untuk dikonsumsi, kecuali jika ada larangan yang menjelaskannya di dalam Al-Quran maupun Hadits yang menegaskan bahwa makanan tersebut termasuk ke dalam makanan yang dilarang atau haram dikonsumsi oleh umat muslim.
- b. Halal cara perolehannya, maksudnya adalah makanan yang tadinya diperbolehkan dikonsumsi atau dihalalkan namun dalam cara perolehannya dilarang atau diharamkan maka makanan tersebut akan menjadi tidak halal untuk dikonsumsi. Maka dari itu sebagai umat muslim yang taat diwajibkan dalam mencari atau memperoleh sesuatu yang dikonsumsi dengan cara yang halal. Cara perolehan yang tidak dihalalkan oleh Islam yaitu mencuri, merampok, menipu, dan sejenisnya.
- c. Halal proses pengolahannya, selain harus halal cara perolehannya, makanan juga harus halal proses

¹³ Nurlaela, dkk, Produk Halal Prespektif Hukum Perlindungan Konsumen, (Gowa: Pustaka Almada), 2021, Hlm.35

pengolahannya. Maksud dari hal tersebut ialah apabila cara mengolahnya tidak sesuai dengan tuntutan syariat Islam. Biasanya hal ini rawan pada bahan makanan yang bersifat hewani. Binatang-binatang yang disembelih tidak atas nama Allah otomatis akan menjadi haram hukumnya untuk dimakan bangkai binatang atau binatang yang mati tanpa disembelih dan akan dijadikan bahan makanan juga haram hukumnya untuk dikonsumsi. Tidak hanya itu, makanan atau masakan yang proses pembuatannya mengandung alkohol juga menjadi haram karena alkohol sudah jelas diharamkan untuk dikonsumsi.

Seperti yang telah dijelaskan di atas, halal pada dasarnya yaitu sesuatu yang diperoleh berdasarkan syariah dalam agama Islam dengan beberapa aspek yaitu, agama, iman dan spiritual. Sedangkan untuk thoyyib merupakan hal yang baik atau sehat dalam hal kualitas, higienis, bersih, keamanan, bergizi dan keaslian dalam aspek ilmiah. Dalam perspektif industri sendiri maksud dari halal ialah produk harus bersih atau bebas dari alkohol dan babi serta turunannya. Halal dalam kosmetik dan produk perawatan pribadi mencakup dari masalah keamanan, bahan baku, hingga proses pembuatan dan pemasarannya. Tidak ketinggalan aspek-aspek lain seperti proses manufaktur, pengemasan, penyimpanan

dan pengiriman yang harus sesuai dan memnuhi persyaratan syariat yang ada.¹⁴

Labelisasi halal merupakan label yang menginformasikan kepada baik calon pengguna maupun pengguna produk yang berlabel tersebut, bahwa produk tersebut benar-benar halal dan kandungan nutrisi di dalamnya tidak mengandung unsur-unsur haram yang dilarang secara syariah, sehingga produk tersebut boleh digunakan ataupun dikonsumsi.¹⁵ Dengan kata lain labelisasi halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan bahwa produk tersebut halal. Pencantuman tersebut diletakan pada kemasan produk untuk menunjukan status kehalalannya. Untuk mendapatkan labelisasi halal dapat diperoleh melalui LPPOM MUI berupa sertifikasi halal. Sertifikasi halal sendiri dapat diartikan sebagai proses kegiatan pengujian secara sistematis guna mengetahui atau memeriksa apakah produk tersebut telah diproduksi dengan memenuhi ketentuan halal.¹⁶ Dari proses tersebut akan menghasilkan sertifikat halal MUI untuk produk yang diujikan. Sertifikat Halal MUI merupakan fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk yang sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat yang diterbitkan oleh MUI tersebut yang akan menjadi syarat dalam mendapatkan izin untuk

¹⁴ Dinar Haidayatullah, "Pengaruh Label Halal Pada Pertumbuhan Kosmetik Dan Pandangan Wanita Muslim Negara Islam Dunia", 2018, 12.1, hlm 4

¹⁵ Ibid, 4

¹⁶ Nurlaela, dkk, *Produk Halal Prespektif Hukum Perlindungan Konsumen*, (Gowa: Pustaka Almaida), 2021, Hlm.38

pencantuman label halal sebuah produk pada bagian kemasannya dari instansi pemerintah yang berwenang. Ketika mendaftarkan produk untuk disertifikasi halalpun memiliki standar-standar tertentu yaitu:

- a. Tidak boleh mengandung babi dan tidak mengandung alcohol sebagai bahan tambahan atau pelengkap yang sengaja ditambahkan ke dalamnya.
- b. Daging yang digunakan harus berasal dari hewan yang halal serta disembelih secara halal menurut tata cara syariat Islam.
- c. Semua bentuk minuman yang tidak mengandung alcohol
- d. Tempat penjualan, penyimpanan, pengolahan, pengelolaan dan transportasi tidak digunakan untuk barang tidak halal seperti babi dan segala turunannya. Tempat-tempat tersebut harus dibersihkan secara dengan tata cara yang sesuai dengan syariat Islam

Labelisasi halal tidak dilakukan hanya untuk mempercantik kemasan saja, namun hal tersebut memiliki manfaat tersendiri yaitu untuk melindungi konsumen dari tindakan dzolim produsen terhadap produk-produk yang diproduksinya. Selain itu dengan adanya label halal pada sebuah produk dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli produk yang halal.

2. Produk

Produk memiliki arti yang luas, produk bisa diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diminta, diperhatikan, dicari, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang saling bersangkutan. Produk bisa juga berupa manfaat tangible maupun intangible yang dapat memuaskan pelanggan. Produk juga bisa diartikan sebagai pemahaman subjektif dari produsen atas sesuatu yang dapat dijadikan tawaran sebagai usaha mencapai tujuan sebuah organisasi melalui pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen, disesuaikan pula dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Produk juga merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan dan dikonsumsi yang tujuannya akhirnya diharapkan dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang mencakup obyek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan ide. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa produk merupakan serangkaian atribut baik yang berwujud maupun tidak berwujud yang digunakan untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan konsumen.¹⁷

Merek, kemasan, pemberian label dan jaminan merupakan unsur-unsur penting yang sangat dipandang oleh konsumen untuk dijadikan dasar dalam sebuah pengambilan keputusan pembelian.

¹⁷ Nurlaela, dkk, produk halal perspektif hukum perlindungan konsumen, (Gowa: Pustaka Al-Maidah), 2021, hlm.36

- a. Merek merupakan istilah nama, tanda, atau ciri khas, desain, warna, atau kombinasi produk lainnya yang digunakan sebagai penanda identitas dan diferensiasi terhadap produk-produk competitor.
- b. Kemasan merupakan pelindung dari sebuah produk itu sendiri yang prosesnya berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah untuk suatu produk. Kemasan juga bisa digunakan sebagai identitas sebuah produk selain merek.
- c. Pemberian label merupakan bagian penting yang tidak boleh dilewatkan karena di dalam pemberian label tersebut terdapat informasi-informasi penting dari sebuah produk itu sendiri. Sebuah label bisa ditaruh di bagian kemasan produk atau juga bisa dibuat secara terpisah yang nantinya ditempelkan pada kemasan produk bagian luar. Pemberian label ini sendiri juga digunakan sebagai pengenalan yang ada pada sebuah produk.
- d. Jaminan merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, jika jaminan ini tidak dipenuhi oleh produsen maka konsumen berhak memperoleh ganti rugi ketika sudah membeli produk tersebut. Jaminan juga bisa digunakan sebagai pemberian rasa aman untuk konsumen dalam menggunakan produk yang mereka beli. Sehingga di situlah muncul rasa percaya konsumen terhadap produsen

dan membuat mereka akan tetap menggunakan atau membeli produk itu kembali.

3. Pengambilan keputusan

Sebelum tercapainya sebuah pengambilan keputusan membeli suatu produk, terdapat proses pembelian terlebih dahulu. Diawali dengan pencarian sebuah informasi, dengan cara mengumpulkan semua informasi terkait dengan produk yang dibutuhkan dan akan dibeli. Dari beberapa informasi yang telah diperoleh tersebut konsumen akan melakukan seleksi atau membandingkan antara satu produk dengan produk yang lainnya untuk memperoleh alternatif-alternatif yang tersedia. Proses tersebut disebut sebagai tahap evaluasi informasi, dengan menggunakan berbagai kriteria yang ada di dalam pikiran konsumen, maka nanti akhirnya mereka akan memilih salah satu merek untuk dibeli. Untuk mempelajari keputusan pembelian dari seorang konsumen, produsen harus melihat hal-hal yang berpengaruh paling besar hingga paling kecil untuk mengetahui seberapa besar peluang konsumen menjatuhkan keputusan untuk membeli produk milik produsen tersebut. Tahapan terakhir dari sebuah proses pengambilan keputusan ialah kepuasan atau ketidakpuasan konsumen yang dapat dilihat setelah mereka membeli dan menggunakan produk yang mereka pilih. Proses sebuah pengambilan keputusan merupakan suatu bentuk kehati-hatian

konsumen dalam memilih produk yang akan ia gunakan. Proses pengambilan keputusan ini biasanya konsumen melalui lima tahap yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, pengevaluasian alternative, keputusan pembelian dan yang terakhir adalah perilaku pasca pembelian.¹⁸

- a. Pengenalan masalah, yang dimaksud dengan pengenalan masalah di sini ialah, konsumen menyadari bahwa terdapat sebuah masalah yang ia alami atau menyadari akan suatu kebutuhan yang harus ia penuhi. Pada tahap ini terjadi ketidaksesuaian antara apa yang ia inginkan dan apa yang ia rasakan.
- b. Pencarian informasi merupakan proses yang dilakukan oleh konsumen untuk mencari atau mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai berbagai alternative produk atau produk cadangan. kebutuhan konsumen akan menjadi dasar dari keputusan apakah perlu tidaknya ia mencari informasi alternative untuk produk yang akan dipilih.
- c. Pengevaluasian alternative merupakan tahapan ketiga dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Dalam tahap ini konsumen melakukan identifikasi terhadap calon produk yang akan ia beli dengan membandingkan dengan produk

¹⁸ Premi Wahyu Widyaningrum, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, “Pengaruh Label halal dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian (survey pada konsumen wardah di ponorogo)”, 2016, 6.2, hlm. 90-92

sejenis lainnya. Konsumen akan membandingkan beberapa produk untuk akhirnya mengambil sebuah keputusan. Pengaruh dan sikap keseluruhan terhadap sebuah brand atau rekomendasi dari orang lain merupakan hal yang mendasari konsumen dalam membuat suatu keputusan.

- d. Keputusan pembelian merupakan tahapan setelah pengevaluasian alternative atau bisa juga disebut sebagai output dari tahap pengevaluasian alternative. Setelah membandingkan beberapa produk dari berbagai merek dan keunggulan serta harganya maka konsumen akan mendapatkan satu pilihan terakhir dari yang terbaik menurutnya sehingga dia akan berada di tahap membeli barang tersebut dalam artian ia sudah melakukan keputusan pembelian pada produk yang ia pilih.
- e. Perilaku pasca pembelian, setelah melakukan keputusan pembelian maka konsumen akan mendapatkan pengalaman dari produk yang telah ia beli yang berupa tentang kepuasan atau ketidakpuasan dari produk tersebut. Dari kepuasan dan ketidakpuasan tersebut akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan selanjutnya, akankah ia membeli produk itu kembali atau tidak.

4. Kosmetik

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/ Menkes/ Per/VIII/2010, kosmetik merupakan suatu bahan yang digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar lainnya. Dapat digunakan pula untuk gigi dan mukosa mulut yang berfungsi untuk membersihkan, mewangikan atau mengubah penampilan bisa disebut juga untuk memperbaiki atau memelihara dan melindungi bau badan tubuh agar tetap pada kondisi yang baik dan sehat.¹⁹ Pada Permenkes RI nomor . 2201Men/K es/Per /X/7 6 juga dijelaskan bahwa kosmetik merupakan bahan campuran untuk dilekatkan, digunakan, dipercikan, digosokan, dimasukan, dipergunakan untuk badan atau sebagian badan pada manusia dengan tujuan untuk memberishkan, merawat, menambah daya Tarik, merubah atau memperbaiki rupa dan tidak termasuk ke dalam golongan obat.²⁰

Dari penjelasan tersebut pada saat itu kosmetik sama skali tidak mengandung obat karena ditakutkan akan merusak produk kosmetik itu sendiri, namus seiring berkembangnya zaman kosmetik yang sering digunakan terkadang menimbulkan efek samping. Kulit menjadi berjerawat, atau bibir menjadi pecah-pecah karena terlalu lama menggunakan pemerah bibir merupakan contoh dari efek samping

¹⁹ Jaswir, Irwandi., dkk, Daftar Referensi Bahan-Bahan Yang Memiliki Titik Kritis Halal Dan Non Halal, (Jakarta: Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah, 2020) hal. 233

²⁰ Elvyra Yulia, Neneng Siti silfi Ambarwati, Dasar-Dasar Kosmetika Untuk Tata Rias, (Jakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan Universitas Negeri Jakarta, 2015), hlm. 2

penggunaan kosmetik, sehingga dengan perkembangan zaman kosmetik juga makin disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi pada saat ini.²¹ Kosmetik mulai dirumuskan dengan berbagai macam ramuan obat untuk mencegah timbulnya jerawat dan tetap melembabkan kulit sehingga dengan kosmetik tidak hanya bisa mempercantik atau memperindah muka dan badan namun juga bisa merawatnya. Adapula skincare yang merupakan produk-produk perawatan untuk muka dan kulit, skincare masih termasuk ke dalam rangkaian kosmetik hanya saja skincare lebih terkhususkan digunakan untuk meremajakan atau merawat kulit dari penggunaan kosmetik, polusi, terpapar sinar matahari dan masih banyak lagi.

5. Prosedur Sertifikasi Label Halal

Adapun yang menerbitkan sertifikat label halal yakni Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama (Kemenag), Dalam memperoleh sertifikat halal maka perusahaan yang ingin mendapatkannya baik dari pengolahan(pangan,obat,kosmetika), rumah potong hewan (RPH), dan restoran/katering/dapur, harus melakukan pendaftaran sertifikasi halal dan memenuhi syarat serta ketentuannya berikut adalah tahapan yang

²¹ Elvyra Yulia, Neneng Siti silfi Ambarwati, Dasar-Dasar Kosmetika Untuk Tata Rias, (Jakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan Universitas Negeri Jakarta, 2015), hlm. 2

harus dilakukan perusahaan terkait untuk mendaftarkan proses sertifikasi halal²² :

1. Memahami Syarat Serta Mengikuti Pelatihan SJH

Perusahaan harus memahami persyaratan sertifikasi halal yang tercantum dalam HAS 23000. Serta harus mengikuti pelatihan SJH (Sistem Jaminan Halal) yang diadakan MUI dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama (Kemenag), baik berupa pelatihan regular maupun pelatihan online.

2. Menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH)

Perusahaan wajib menerapkan SJH sebelum melakukan pendaftaran sertifikasi halal, diantaranya penetapan kebijakan halal, penetapan Tim Manajemen Halal, pembuatan manual SJH, pelaksanaan pelatihan, penyiapan prosedur terkait SJH, pelaksanaan internal audit dan kaji ulang manajemen.

3. Menyiapkan Dokumen Sertifikasi Halal

Menyediakan dokumen yang diperlukan untuk sertifikasi halal, antara lain daftar produk, daftar bahan dan dokumen bahan, daftar pembelian (Khusus RPH), matriks produk, manual SJH, diagram alur proses, daftar alamat fasilitas produksi, bukti sosialisasi kebijakan halal, bukti pelatihan internal dan bukti audit internal.

²² Portal Informasi Indonesia "Cara Memperoleh Sertifikasi Halal" Dikutip dari <https://indonesia.go.id/kategori/perdagangan/557/cara-memperoleh-sertifikasi-halal-?lang=1> diakses pada Sabtu 27 Mei 2023 jam 15.26 WIB

4. Melakukan Registrasi Sertikasi Halal (Upload Data)

Pendaftaran sertifikasi halal dilakukan secara online di sistem Cerol.

5. Melaksanakan Monitoring Pre audit dan Pemayaran Akad Sertikasi

Monitoring pre audit disarankan dilakukan setiap hari untuk mengetahui adanya ketidaksesuaian pada hasil pre audit. Pembayaran akad sertifikasi dilakukan dengan mengunduh akad di Cerol, membayar biaya akad dan menandatangani akad.

6. Pelaksanaan Audit

Dilakukan apabila perusahaan sudah lolos pre audit dan akad sudah disetujui. Audit dilaksanakan disemua fasilitas yang berkaitan dengan produk yang disertifikasi.

7. Melakukan Monitoring Pasca-Audit

Setelah melaksanakan upload data sertifikasi, perusahaan harus melakukan monitoring pasca-audit. Maka monitoring pasca-audit disarankan dilakukan setiap hari untuk mengetahui adanya ketidaksesuaian pada hasil audit, dan jika terdapat ketidaksesuaian agar dilakukan perbaikan.

8. Memproleh Sertifikat Halal

Perusahaan dapat mengunduh sertifikat halal dalam bentuk softcopy di Cerol. Dimana sertifikat halal berlaku selama 2 tahun.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan strategi umum yang digunakan dalam pengumpulan analisis data yang diperlukan, yang bertujuan untuk menjawab persoalan yang dihadapi. Penelitian ini adalah penelitian yang berbentuk penelitian lapangan, data-data dan informasi pada penelitian ini diperoleh dari kegiatan lapangan penelitian.²³ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang meliputi kegiatan pembuatan kuisisioner, penyebaran kuisisioner, dan olah data hasil dari kuisisioner.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survey menggunakan kuisisioner berupa google formulir yang akan disebar via online. Metode deskriptif akan didasarkan pada analisis dengan mendeskripsikan faktor-faktor yang berhubungan dengan masalah yang diteliti guna dijadikan pendukung untuk analisis metode kuantitatif. Dengan kata lain metode deskriptif merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau data yang diambil yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keadaan variabel mandiri. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau masa sampel tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian,

²³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&N, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.7

analisis data bersifat kuantitatif atau statistic yang biasanya menjelaskan tentang hubungan antar variabel dengan menganalisis data angka menggunakan metode statistik melalui pengujian hipotesa.

B. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian korelasional, yaitu menyelidiki sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada faktor lain berdasarkan koefisien korelasi. Dalam penelitian ini akan dikaji seberapa besar pengaruh labelisasi halal dan faktor lainnya dalam pengambilan keputusan oleh konsumen.

Pendekatan dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan ilmiah atau yang sering disebut dengan pendekatan berdasarkan keilmuan. Adapun usaha dalam memperoleh kebenaran pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan langkah-langkah dan syarat-syarat tertentu yaitu:

1. Langkah-langkah
 - a. Memilih dan mendefinisikan masalah
 - b. Survey terhadap masalah
 - c. Memformulasikan hipotesa
 - d. Menggunakan data sekunder
 - e. Menggunakan teknik kuantitatif
 - f. Mengolah, menganalisa, membuat interpretasi
 - g. Membuat laporan

2. Syarat

- a. Berdasarkan fakta
- b. Bebas dari prasangka
- c. Menggunakan prinsip-prinsip
- d. Membangun kerangka analisa serta menguji alat-alat dalam menguji hipotesa
- e. Menggunakan ukuran objektif

Dalam penelitian ini data yang akan diambil menggunakan metode kuisioner yang akan memberikan skala nilai pada keputusan dan mempengaruhi konsumen yang akan disebarkan kepada Fakultas Ilmu Agama Islam, Prodi Hukum Islam Universitas Islam Indonesia.

C. Objek Penelitian

Mahasiswa Hukum Keluarga Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data primer dan sekunder.

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung di lapangan yaitu di Fakultas Ilmu Agama Islam, Prodi Hukum Islam Universitas Islam Indonesia.
2. Data sekunder, yaitu sumber data pelengkap atau pendukung dari data primer yang diperoleh dari buku-buku atau literature,

artikel, jurnal online, skripsi terdahulu, tesis terdahulu dan browsing via internet.

E. Definisi Oprasional Variabel

Variabel adalah suatu faktor atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi yang ditetapkan oleh penyusun untuk dipelajari sehingga di peroleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian di atas, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Label halal merupakan label yang menginformasikan kepada baik calon pengguna maupun pengguna produk yang berlabel tersebut, bahwa produk tersebut benar-benar halal dan kandungan nutrisi di dalamnya tidak mengandung unsur-unsur haram yang dilarang secara syariah, sehingga produk tersebut boleh digunakan ataupun dikonsumsi.
2. Merek merupakan istilah nama, tanda, atau ciri khas, desain, warna, atau kombinasi produk lainnya yang digunakan sebagai penanda identitas dan diferensiasi terhadap produk-produk competitor.
3. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan produk yang akan dibeli.

4. Kualitas merupakan penilaian atas sesuatu yang telah dirasakan atau digunakan secara langsung dengan hasil yang dapat dilihat melalui wujud fisik.

F. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa Hukum Islam UII kampus terpadu UII yang terdiri dari 4 angkatan. Adapun populasi mahasiswa Hukum Islam UII dari masing-masing Angkatan tersebut yang diambil dari data bagian akademik FIAI Universitas Islam Indonesia, dapat dilihat dalam tabel:

Tabel 2. 1 Populasi Mahasiswa Hukum Islam UII

Nama Angkatan	Jumlah
Hukum Islam Angkatan 2019	149
Hukum Islam Angkatan 2020	113
Hukum Islam Angkatan 2021	99
Hukum Islam Angkatan 2022	94
Jumlah Total	455

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah mahasiswa Hukum Islam UII Kampus Terpadu Yogyakarta menimbang

jumlah populasi yang sudah diketahui namun bagi peneliti jumlah sampelnya besar, maka dalam pengambilan sampel digunakan rumus sebagai berikut:²⁴

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

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d² = Presisi yang ditetapkan

Diketahui jumlah populasi sebesar N= 455 dan tingkat presisi yang ditetapkan 8,4%. Berdasarkan rumus di atas diperoleh jumlah sampel (n) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} = \frac{455}{455 \cdot (0,084)^2 + 1} =$$

$$\frac{455}{455 \cdot (0,007056) + 1} = \frac{455}{4,21} = 108,07$$

Maka, jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 108.07 dan dibulatkan menjadi 108 responden.

G. Teknik Pengumpulan Sampel

Teknik penentuan jumlah sampel dengan menggunakan metode prosedur pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah probability sampling (anggota populasi memiliki peluang sebagai sampel). Dalam hal ini metode yang digunakan adalah proportionate stratified random sampling (metode pengambilan sampel dimana sampel diambil dari bagian-bagian

²⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&N, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.74

dengan memperhitungkan besar kecilnya bagian populasi tersebut. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang didapat adalah sebesar 81 responden, dari jumlah tersebut responden akan dibagi berdasarkan masing-masing angkatan. Pembagian jumlah responden yang telah ditentukan dibagi menjadi kelompok kecil agar mempermudah peneliti dalam penyebaran angket. Adapun pembagian responden dapat ditentukan dengan rumus:

$$n_i = \frac{N_i}{N1} \times n_0$$

Keterangan:

n_i = banyaknya jumlah sampel mahasiswa dari setiap angkatan

n_0 = banyaknya sampel

$N1$ = banyaknya seluruh mahasiswa pada seluruh perangkatan

N_i = banyaknya jumlah seluruh mahasiswa dari tiap angkatan angkatan

Perhitungannya

- a. Jumlah sampel mahasiswa Hukum Islam angkatan 2019

$$n_i = \frac{149}{455} \times 108 = 35,37 \text{ dibulatkan menjadi } 36$$

- b. Jumlah sampel mahasiswa Hukum Islam angkatan 2020

$$n_i = \frac{113}{455} \times 108 = 26,82 \text{ dibulatkan menjadi } 27$$

- c. Jumlah sampel mahasiswa Hukum Islam angkatan 2021

$$n_i = \frac{99}{455} \times 108 = 23,49 \text{ dibulatkan menjadi } 23$$

- d. Jumlah sampel mahasiswa Hukum Islam angkatan 2022

$$n_i \frac{94}{455} \times 108 = 22,31 \text{ dibulatkan menjadi } 22$$

H. Teknik pengumpulan data

- a. Kuisisioner : kuisisioner atau yang sering dikenal sebagai angket adalah pertanyaan-pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden atau objek penelitian. Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan metode online dalam menyebarkan kuisisioner ke responden yaitu dengan google formulir. Adapun indikator dari kisi-kisi angket yang berkaitan dengan penelitian ini diolah oleh peneliti.

Tabel 2. 2 Indikator dari Kisi-Kisi Angket Penelitian

Variabel	Nomor pertanyaan
Label halal	1-8
Merek	9-13
Harga	14-18
Kualitas	19-23
Keputusan membeli	24-30

- b. Observasi : peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian dengan melihat langsung kegiatan objek yang menunjang informasi untuk penelitian ini. Observasi dilakukan di kediaman masing-masing objek penelitian yang berada di sekitaran kampus Universitas Islam Indonesia.

I. Skala pengukuran variabel

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Skala likert sebagai alat pengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social.²⁵ Skala likert digunakan untuk mengukur pengaruh label halal, merek, harga, faktor budaya, faktor social, faktor pribadi, faktor psikologis dan keputusan membeli, pengukuran dengan skala liker ini menggunakan lima tingkatan jawaban yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 2. 3 Skala Liker Jawaban Angket

No	Pernyataan	Skor
1	Selalu (SL)	5
2	Sering (SR)	4
3	Kadang-kadang (KD)	3
4	Jarang (JR)	2
5	Tidak pernah (TP)	1

J. Langkah-langkah Pengolahan data

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif, sehingga dalam mengolah data memiliki beberapa tahap yaitu:

1. *Editing* yaitu pengecekan terhadap data yang didapat dari responden dengan alternative yang tersedia dalam kuesioner.

²⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&N, (Bandung: Alfabeta,2009), hlm. 93

1. *Klasifikasi*, yaitu menggabungkan hasil jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden sesuai dengan isi kuesioner serta menghitung besarnya persentase jawaban responden.
2. *Tabulating*, yaitu meinput data yang telah melewati tahap klasifikasi serta dihitung presentase kedalam sebuah table sehingga dapat dilihat dari masing-masing item kuesioner.
3. *Interpretasi*, yaitu peneliti memberikan tanggapan terhadap hasil jawaban kuesioner responden, hal ini diambil dari presentase jawaban yang besar.

K. Uji validitas dan uji reliabilitas

1. Uji validitas

Dilakukan agar dapat mengetahui apakah alat ukur telah disusun telah validitas atau tidak. Hasilnya akan diketahui melalui indeks sejauh mana alat ukur benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Dapat pula dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara internal maupun eksternal. Secara internal dapat diuji dengan melakukan analisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Sedangkan secara eksternal dilakukan dengan text-retest, equivalent, dan gabungan keduanya. Uji reliabilitas dapat dilakukang dengan bantuan aplikasi atau program SPSS, uji signifikan dilakukan pada taraf signifikan 0.05.

artinya instrument dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari r kritis product moment. Atau bisa menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Apabila koefisien Croanbach's Alpha ≥ 7 maka dapat dikatakan instrument tersebut reliable.²⁶

L. Regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan apabila variabel bebas lebih dari satu variabel dan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi merupakan metode statistic yang digunakan untuk memperkirakan dengan menggunakan koefisien persamaan linier yang terdiri dari satu atau lebih variabel bebas sebagai predictor terhadap variabel tergantung. Adapun model statistik penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Y = keputusan membeli

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi label halal

X_1 = label halal

b_2 = koefisien regresi merek

X_2 = merek

b_3 = koefisien regresi harga

X_3 = harga

²⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&N, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 273

b_4 = koefisien regresi kualita

X_4 = kualitas

M. Pengujian hipotesis

1. Uji parsial (uji t)

Uji statistik-t dilakukan untuk melihat secara parsial (individual) bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Model hipotesis yang digunakan dalam uji-t ini adalah:

$H_0: \beta_i = 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_a: \beta_i \neq 0$, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

1. H_0 diterima jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

2. H_a ditolak jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

2. Uji simutan (F)

$H_0: b_1, b_2, b_3, b_4 = 0$, artinya secara serempak tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_a : Minimal satu $b_1, b_2, b_3, b_4 \neq 0$, artinya secara serempak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

a. H_0 diterima jika $F \text{ hitung} < F_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 5\%$

b. H_a ditolak jika $F \text{ hitung} \geq F_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 5\%$

3. Uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel terikat bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel bebas. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi, peneliti dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel terikat. Semakin besar nilai R^2 , maka semakin baik model tersebut.

N. Teknik analisis data

Analisis data deskriptif memiliki sifat uraian atau penjelasan dari data yang telah diperoleh dari hasil penelitian yang dinyatakan atau disajikan dalam tabel golongan dan karakteristik data tersebut dengan analisis persentase (%). Dalam penelitian ini dimaksudkan dengan analisis deskriptif adalah untuk menggambarkan karakteristik responden menjadi beberapa kelompok tabel yang berfungsi sebagai bahan informasi secara garis besar.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum objek penelitian

1. Sejarah singkat program studi Hukum Keluarga Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Pada 1945 didirikannya Sekolah Tinggi Islam (STI) di Jakarta yang kemudian pada tanggal 10 April 1946 resmi dibukanya Sekolah Tinggi Islam (STI). Panitia perbaikan STI menetapkan STI menjadi Universitas Islam Indonesia berkedudukan di Yogyakarta pada 14 Desember 1947 dengan memiliki empat fakultas yaitu Fakultas Agama yang sebelumnya adalah Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syariah yang digabungkan, Fakultas Hukum, Fakultas Pendidikan, dan Fakultas Ekonomi. Setelah itu pada 5 juni 1948 dilakukan pembukaan resmi Universitas Islam Indonesia yang bertempat di Pendopo Kepatihan. Pada tahun 1950 Fakultas Agama UII diambil alih oleh Pemerintah Republic Indonesia untuk dijadikan embrio Pendirian Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 34 Tahun 1950. Kemudian pada tahun 1961 dilakukan pembentukan kembali Fakultas Syariah dan Fakultas Tarbiyah Berdiri tahun 1961 berdasarkan Surat Keterangan No. 114/A.I/PH/88 pada tanggal 27 Agustus 1988. SK Pendirian No. 16 Tahun 1963 tertanggal 12 Januari 1963. SK Penyelenggaraan No. Dj.I/139/2010 tertanggal 15 Maret 2010. yang

kemudian diperbarui namanya menjadi Fakultas Ilmu Agama Islam pada 1998 hingga sekarang. Pada 1998 pula program studi Ahwal Syakhshiyah memperoleh akreditasi B oleh BAN-PT, kemudian berhasil memperoleh akreditasi A pada tahun 2004.

2. Visi misi

Visi

Unggul dan Kompetitif dalam bidang Hukum Keluarga yang berkarakter rahmatan lil'الamin di Asia Tenggara pada tahun 2030.

Misi

- a. Menyelenggarakan pendidikan yang unggul dan kompetitif dalam bidang ilmu syari'ah atau hukum keluarga dan mengembangkan keterampilan serta profesi dalam bidang hukum keluarga.
- b. Menyelenggarakan penelitian berkelanjutan dalam bidang ilmu syari'ah atau hukum keluarga secara khusus baik berupa pemikiran, kajian normatif, dan yang dipraktikan di masyarakat.
- c. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berdasarkan hasil pembelajaran dan penelitian dalam bidang ilmu syari'ah atau hukum keluarga secara umum untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran di masyarakat yang penuh kelembutan, kasih sayang dan kedamaian.
- d. Menyelenggarakan program Dakwah Islamiyah dalam bidang hukum keluarga untuk meningkatkan kualitas hidup berbangsa dan bernegara yang penuh kelembutan, kasih sayang, dan kedamaian.

- e. Pengembangan kerja sama di tingkat Asia Tenggara dan internasional dalam bidang hukum keluarga untuk meningkatkan mutu pendidikan, penelitian, pengabdian dan Dakwah Islamiyah.

3. Tujuan

- a. Menghasilkan lulusan yang memiliki keahlian teoritis dan praktis dalam bidang hukum keluarga terutama di lembaga peradilan di Indonesia, baik sebagai hakim, panitera, atau juru sita.
- b. Menghasilkan lulusan yang memiliki keahlian teoritis dan praktis dalam bidang hukum keluarga sebagai pelaksana teknis di lingkungan Kementrian Agama Republic Indonesia, khususnya penghulu, Pegawai Pencatat Nikah (PPN), Pejabat Pembuat Akta Ikrar Wakaf (PPAIW), dan bidang urusan agama islam serta Pembinaan Syari'ah yang meliputi hisab rukyat, zakat, infaq, shadaqah, wakaf, dan baitul mal.
- c. Menghasilkan lulusan yang memiliki keahlian dan ketrampilan yang kompetitif dalam bidang hukum keluarha terutama profesi sebagai konsultan hukum dan ekonomi syari'ah, advokat dan mediator yang kompetitif secara nasional dan internasional
- d. Menghasilkan lulusan yang memiliki wawasan dan pengetahuan dalam bidang Hukum Keluarga yang mengedepankan nilai-nilai kelembutan, kasih sayang, dan kedamaian secara global di Asia Tenggara dan internasional.

4. Perkembangan

Program studi Hukum Keluarga pada 4 tahun terakhir ini mengalami penurunan jumlah mahasiswa pada setiap tahunnya yaitu :

- a. Pada tahun 2019 memiliki 149 mahasiswa
- b. Pada tahun 2020 memiliki 113 mahasiswa
- c. Pada tahun 2021 memiliki 99 mahasiswa
- d. Pada tahun 2022 memiliki 94 mahasiswa

B. Hasil penelitian

Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa dan mahasiswi Hukum Keluarga Fakultas Islam Indonesia Universitas Islam Indonesia yang bersedia menjadi responden peneliti. Proses pengambilan data dilakukan selama 12 hari yaitu yang dimulai 15 Maret hingga 27 Maret 2023 dengan jumlah keseluruhan responden 108 orang dengan responden laki – laki 45 mahasiswa dan perempuan 63 mahasiswi. Adapun hasil penelitian yang diperoleh peneliti akan disajikan dalam bentuk tabel dan narasi sebagai berikut.

1. Deskripsi karakter responden

- a. Berdasarkan angkatan

Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh dari 108 responden jurusan Hukum keluarga diperoleh data yang disajikan dalam tabel 4.1 Data Hasil Penelitian

Tabel 4. 1 Data Hasil Penelitian

Angkatan	Jumlah responden	Presentasi
2019	32	29,63%
2020	27	25%
2021	27	25%
2022	22	20,37%
Jumlah	108	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 108 responden yang berpartisipasi jumlah responden tertinggi adalah dari angkatan 2019 yaitu 32 responden atau 29,63%. lalu ada yang memiliki kedudukan sama atau memiliki jumlah yang sama yaitu angkatan 2020 dan 2021 dengan masing-masing 27 responden atau 25%. Lalu responden terendah ada pada angkatan 2022 yaitu 22 responden atau 20,375.

b. Berdasarkan jenis kelamin

Hasil variasi jenis kelamin dapat dilihat melalui tabel 4.2

Tabel 4. 2 Data Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Angkatan	Laki laki	Perempuan	Presentase laki laki	Presentase perempuan
2019	17	15	41,67%	58,33%
2020	11	16		
2021	7	20		
2022	10	12		
Jumlah	45	63	100%	

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 108 responden yang berpartisipasi bahwa untuk responden laki-laki terdapat 45 responden atau 41,67% dan responden perempuan terdapat 63 responden atau 58,33%.

2. Deskripsi tanggapan responden

a. Deskripsi data variabel X1

Pada tabel 4.3 dan 4.4 di bawah ini terdapat 8 pertanyaan yang mengukur responden terhadap variabel label halal di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Hukum Keluarga FIAI UII.

1) Responden laki-laki

Tabel 4. 3 Tabel Variabel X1 Respon Laki-laki

X1.1

	Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid TP	1	2.2	2.2	2.2
KD	4	8.9	8.9	11.1
SR	9	20.0	20.0	31.1
SL	31	68.9	68.9	100.0
Total	45	100.0	100.0	

X1.2

	Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid TP	2	4.4	4.4	4.4
KD	11	24.4	24.4	28.9
SR	10	22.2	22.2	51.1
SL	22	48.9	48.9	100.0
Total	45	100.0	100.0	

X1.3

		Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TP	1	2.2	2.2	2.2
	JR	1	2.2	2.2	4.4
	KD	13	28.9	28.9	33.3
	SR	16	35.6	35.6	68.9
	SL	14	31.1	31.1	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X1.4

		Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	5	11.1	11.1	11.1
	JR	9	20.0	20.0	31.1
	KD	13	28.9	28.9	60.0
	SR	10	22.2	22.2	82.2
	SL	8	17.8	17.8	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X1.5

		Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	7	15.6	15.6	15.6
	JR	4	8.9	8.9	24.4
	KD	3	6.7	6.7	31.1
	SR	8	17.8	17.8	48.9
	SL	23	51.1	51.1	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	9	20.0	20.0	20.0
	JR	4	8.9	8.9	28.9
	KD	9	20.0	20.0	48.9
	SR	8	17.8	17.8	66.7
	SL	15	33.3	33.3	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JR	1	2.2	2.2	2.2
	KD	9	20.0	20.0	22.2
	SR	15	33.3	33.3	55.6
	SL	20	44.4	44.4	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	2	4.4	4.4	4.4
	JR	1	2.2	2.2	6.7
	KD	1	2.2	2.2	8.9
	SR	15	33.3	33.3	42.2
	SL	26	57.8	57.8	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

2) Responden perempuan

Tabel 4. 4 Tabel Variabel X1 Respon Perempuan

X1.1

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	KD	7	11.1	11.1	11.1
	SR	14	22.2	22.2	33.3
	SL	42	66.7	66.7	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X1.2

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JR	2	3.2	3.2	3.2
	KD	9	14.3	14.3	17.5
	SR	20	31.7	31.7	49.2
	SL	32	50.8	50.8	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X1.3

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	JR	5	7.9	7.9	7.9
	KD	22	34.9	34.9	42.9
	SR	21	33.3	33.3	76.2
	SL	15	23.8	23.8	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X1.4

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TP	1	1.6	1.6	1.6
	JR	7	11.1	11.1	12.7
	KD	18	28.6	28.6	41.3
	SR	17	27.0	27.0	68.3
	SL	20	31.7	31.7	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X1.5

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TP	2	3.2	3.2	3.2
	JR	2	3.2	3.2	6.3
	KD	7	11.1	11.1	17.5
	SR	11	17.5	17.5	34.9
	SL	41	65.1	65.1	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X1.6

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TP	3	4.8	4.8	4.8
	JR	5	7.9	7.9	12.7
	KD	8	12.7	12.7	25.4
	SR	19	30.2	30.2	55.6
	SL	28	44.4	44.4	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X1.7

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TP	1	1.6	1.6	1.6
	JR	1	1.6	1.6	3.2
	KD	5	7.9	7.9	11.1
	SR	18	28.6	28.6	39.7
	SL	38	60.3	60.3	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X1.8

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TP	1	1.6	1.6	1.6
	JR	1	1.6	1.6	3.2
	KD	3	4.8	4.8	7.9
	SR	12	19.0	19.0	27.0
	SL	46	73.0	73.0	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

b. Deskripsi data variabel X2

Pada tabel 4.5 dan 4.6 di bawah ini terdapat 5 pertanyaan yang mengukur responden terhadap variabel merek di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Hukum Keluarga FIAI UII.

1) Responden laki-laki

Tabel 4. 5 Tabel Variabel X2 Respon Laki-Laki

X2.1

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TP	4	8.9	8.9	8.9
	JR	3	6.7	6.7	15.6

	KD	10	22.2	22.2	37.8
	SR	12	26.7	26.7	64.4
	SL	16	35.6	35.6	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	4	8.9	8.9	8.9
	JR	4	8.9	8.9	17.8
	KD	15	33.3	33.3	51.1
	SR	14	31.1	31.1	82.2
	SL	8	17.8	17.8	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	4	8.9	8.9	8.9
	KD	9	20.0	20.0	28.9
	SR	9	20.0	20.0	48.9
	SL	23	51.1	51.1	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	15	33.3	33.3	33.3
	JR	9	20.0	20.0	53.3

	KD	11	24.4	24.4	77.8
	SR	7	15.6	15.6	93.3
	SL	3	6.7	6.7	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	2	4.4	4.4	4.4
	JR	4	8.9	8.9	13.3
	KD	19	42.2	42.2	55.6
	SR	10	22.2	22.2	77.8
	SL	10	22.2	22.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

2) Responden perempuan

Tabel 4. 6 Tabel Variabel X2 Respon Perempuan

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	1	1.6	1.6	1.6
	JR	2	3.2	3.2	4.8
	KD	3	4.8	4.8	9.5
	SR	11	17.5	17.5	27.0
	SL	46	73.0	73.0	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	TP	1	1.6	1.6	1.6
	JR	8	12.7	12.7	14.3
	KD	24	38.1	38.1	52.4
	SR	20	31.7	31.7	84.1
	SL	10	15.9	15.9	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JR	1	1.6	1.6	1.6
	KD	17	27.0	27.0	28.6
	SR	11	17.5	17.5	46.0
	SL	34	54.0	54.0	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	23	36.5	36.5	36.5
	JR	14	22.2	22.2	58.7
	KD	13	20.6	20.6	79.4
	SR	7	11.1	11.1	90.5
	SL	6	9.5	9.5	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	1	1.6	1.6	1.6
	JR	2	3.2	3.2	4.8
	KD	25	39.7	39.7	44.4

SR	15	23.8	23.8	68.3
SL	20	31.7	31.7	100.0
Total	63	100.0	100.0	

c. Deskripsi data variabel X3

Pada tabel 4.7 dan 4.8 di bawah ini terdapat 5 pertanyaan yang mengukur responden terhadap variabel harga di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Hukum Keluarga FIAI UII.

1) Responden laki-laki

Tabel 4. 7 Tabel Variabel X3 Respon laki-Laki

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JR	1	2.2	2.2	2.2
	KD	7	15.6	15.6	17.8
	SR	5	11.1	11.1	28.9
	SL	32	71.1	71.1	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	2	4.4	4.4	4.4
	JR	6	13.3	13.3	17.8
	KD	15	33.3	33.3	51.1
	SR	10	22.2	22.2	73.3
	SL	12	26.7	26.7	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X3.3

		Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumula tive Percent
Valid	TP	2	4.4	4.4	4.4
	JR	1	2.2	2.2	6.7
	KD	12	26.7	26.7	33.3
	SR	18	40.0	40.0	73.3
	SL	12	26.7	26.7	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X3.4

		Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumula tive Percent
Valid	TP	1	2.2	2.2	2.2
	JR	3	6.7	6.7	8.9
	KD	23	51.1	51.1	60.0
	SR	15	33.3	33.3	93.3
	SL	3	6.7	6.7	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X3.5

		Frequen cy	Percent	Valid Percent	Cumul ative Perce nt
Valid	TP	4	8.9	8.9	8.9
	JR	3	6.7	6.7	15.6
	KD	26	57.8	57.8	73.3
	SR	9	20.0	20.0	93.3
	SL	3	6.7	6.7	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

2) Responden perempuan

Tabel 4. 8 Tabel Variabel X3 Respon Perempuan

X3.1

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KD	4	6.3	6.3	6.3
	SR	12	19.0	19.0	25.4
	SL	47	74.6	74.6	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X3.2

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TP	4	6.3	6.3	6.3
	JR	8	12.7	12.7	19.0
	KD	21	33.3	33.3	52.4
	SR	13	20.6	20.6	73.0
	SL	17	27.0	27.0	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X3.3

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	JR	2	3.2	3.2	3.2
	KD	13	20.6	20.6	23.8
	SR	22	34.9	34.9	58.7
	SL	26	41.3	41.3	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X3.4

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid JR	5	7.9	7.9	7.9
KD	25	39.7	39.7	47.6
SR	18	28.6	28.6	76.2
SL	15	23.8	23.8	100.0
Total	63	100.0	100.0	

X3.5

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid TP	1	1.6	1.6	1.6
JR	7	11.1	11.1	12.7
KD	34	54.0	54.0	66.7
SR	16	25.4	25.4	92.1
SL	5	7.9	7.9	100.0
Total	63	100.0	100.0	

d. Deskripsi data variabel X4

Pada tabel 4.9 dan 4.10 di bawah ini terdapat 5 pertanyaan yang mengukur responden terhadap variabel kualitas di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Hukum Keluarga FIAI UII.

1) Responden laki-laki

Tabel 4. 9 Tabel Variabel X4 Respon Laki-Laki

X4.1

	Frequen cy	Percent	Valid Percent	Cumul ative Percen t
--	---------------	---------	------------------	-------------------------------

Valid	KD	10	22.2	22.2	22.2
	SR	8	17.8	17.8	40.0
	SL	27	60.0	60.0	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	3	6.7	6.7	6.7
	JR	8	17.8	17.8	24.4
	KD	15	33.3	33.3	57.8
	SR	12	26.7	26.7	84.4
	SL	7	15.6	15.6	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	1	2.2	2.2	2.2
	KD	10	22.2	22.2	24.4
	SR	11	24.4	24.4	48.9
	SL	23	51.1	51.1	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X4.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	3	6.7	6.7	6.7

	JR	1	2.2	2.2	8.9
	KD	11	24.4	24.4	33.3
	SR	10	22.2	22.2	55.6
	SL	20	44.4	44.4	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

X4.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	3	6.7	6.7	6.7
	JR	3	6.7	6.7	13.3
	KD	13	28.9	28.9	42.2
	SR	14	31.1	31.1	73.3
	SL	12	26.7	26.7	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

2) Responden perempuan

Tabel 4. 10 Tabel Variabel X4 Respon Perempuan

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KD	2	3.2	3.2	3.2
	SR	13	20.6	20.6	23.8
	SL	48	76.2	76.2	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	2	3.2	3.2	3.2
	JR	7	11.1	11.1	14.3
	KD	24	38.1	38.1	52.4
	SR	18	28.6	28.6	81.0
	SL	12	19.0	19.0	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KD	5	7.9	7.9	7.9
	SR	28	44.4	44.4	52.4
	SL	30	47.6	47.6	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X4.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KD	1	1.6	1.6	1.6
	SR	14	22.2	22.2	23.8
	SL	48	76.2	76.2	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

X4.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JR	1	1.6	1.6	1.6

KD	23	36.5	36.5	38.1
SR	19	30.2	30.2	68.3
SL	20	31.7	31.7	100.0
Total	63	100.0	100.0	

e. Deskripsi data variabel Y

Pada tabel 4.11 dan 4.12 di bawah ini terdapat 7 pertanyaan yang mengukur responden terhadap variabel keputusan membeli di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Hukum Keluarga FIAI UII.

1) Responden laki-laki

Tabel 4. 11 Tabel Variabel Y Respon Laki-Laki

Y.1

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TP	2	4.4	4.4	4.4
	JR	4	8.9	8.9	13.3
	KD	8	17.8	17.8	31.1
	SR	11	24.4	24.4	55.6
	SL	20	44.4	44.4	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Y.2

		Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TP	3	6.7	6.7	6.7
	KD	18	40.0	40.0	46.7
	SR	14	31.1	31.1	77.8
	SL	10	22.2	22.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Y.3

		Frequen cy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TP	2	4.4	4.4	4.4
	JR	5	11.1	11.1	15.6
	KD	10	22.2	22.2	37.8
	SR	9	20.0	20.0	57.8
	SL	19	42.2	42.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Y.4

		Frequen cy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TP	4	8.9	8.9	8.9
	JR	4	8.9	8.9	17.8
	KD	15	33.3	33.3	51.1
	SR	11	24.4	24.4	75.6
	SL	11	24.4	24.4	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Y.5

		Frequen cy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TP	2	4.4	4.4	4.4
	JR	2	4.4	4.4	8.9
	KD	10	22.2	22.2	31.1
	SR	11	24.4	24.4	55.6
	SL	20	44.4	44.4	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Y.6

		Frequen cy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	TP	4	8.9	8.9	8.9

	JR	4	8.9	8.9	17.8
	KD	12	26.7	26.7	44.4
	SR	10	22.2	22.2	66.7
	SL	15	33.3	33.3	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Y.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TP	5	11.1	11.1	11.1
	JR	3	6.7	6.7	17.8
	KD	7	15.6	15.6	33.3
	SR	16	35.6	35.6	68.9
	SL	14	31.1	31.1	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

2) Responden perempuan

Tabel 4. 12 Tabel Variabel Y Respon Perempuan

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KD	9	14.3	14.3	14.3
	SR	27	42.9	42.9	57.1
	SL	27	42.9	42.9	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JR	1	1.6	1.6	1.6
	KD	12	19.0	19.0	20.6
	SR	27	42.9	42.9	63.5

	SL	23	36.5	36.5	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JR	1	1.6	1.6	1.6
	KD	13	20.6	20.6	22.2
	SR	20	31.7	31.7	54.0
	SL	29	46.0	46.0	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JR	6	9.5	9.5	9.5
	KD	18	28.6	28.6	38.1
	SR	21	33.3	33.3	71.4
	SL	18	28.6	28.6	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KD	7	11.1	11.1	11.1
	SR	28	44.4	44.4	55.6
	SL	28	44.4	44.4	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

Y.6

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid TP	5	7.9	7.9	7.9
JR	4	6.3	6.3	14.3
KD	17	27.0	27.0	41.3
SR	14	22.2	22.2	63.5
SL	23	36.5	36.5	100.0
Total	63	100.0	100.0	

Y.7

	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid TP	1	1.6	1.6	1.6
JR	4	6.3	6.3	7.9
KD	15	23.8	23.8	31.7
SR	22	34.9	34.9	66.7
SL	21	33.3	33.3	100.0
Total	63	100.0	100.0	

3. Uji penelitian

a. Uji validitas

Tabel 4. 13 Tabel Uji Validitas

Correlations											
					X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	TOT	
			X1.1	X1.2	X1.3	4	5	6	7	8	AL_
X1.1	Pears	1	.420**	.233	.000	.210	.222	.217	.267	.449*	
	on			*		*	*	*	**	*	
	Corre										
	lation										

	Sig. (2-tailed)		.000	.015	.996	.029	.021	.024	.005	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1.2	Pears on Corre lation	.420**	1	.476**	.040	.392**	.551**	.456**	.426**	.718* *
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.681	.000	.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1.3	Pears on Corre lation	.233*	.476**	1	.040	.241*	.241*	.133	.224*	.486* *
	Sig. (2-tailed)	.015	.000		.684	.012	.012	.170	.020	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1.4	Pears on Corre lation	.000	.040	.040	1	.271**	.152	.076	.125	.380* *
	Sig. (2-tailed)	.996	.681	.684		.004	.115	.434	.197	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1.5	Pears on Corre lation	.210*	.392**	.241*	.271**	1	.734**	.420**	.440**	.782* *

	Sig. (2-tailed)	.029	.000	.012	.004		.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1.6	Pears on Corre lation	.222*	.551**	.241 *	.152	.734 **	1	.617 **	.503 **	.831* *
	Sig. (2-tailed)	.021	.000	.012	.115	.000		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1.7	Pears on Corre lation	.217*	.456**	.133	.076	.420 **	.617 **	1	.643 **	.686* *
	Sig. (2-tailed)	.024	.000	.170	.434	.000	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1.8	Pears on Corre lation	.267**	.426**	.224 *	.125	.440 **	.503 **	.643 **	1	.693* *
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.020	.197	.000	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
TOTAL_ X1	Pears on Corre lation	.449**	.718**	.486 **	.380 **	.782 **	.831 **	.686 **	.693 **	1

Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	108	108	108	108	108	108	108	108	108

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	-.173	.387**	-.090	.305**	.499**
	Sig. (2-tailed)		.074	.000	.355	.001	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.2	Pearson Correlation	-.173	1	.206*	.327**	-.117	.443**
	Sig. (2-tailed)	.074		.032	.001	.229	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.3	Pearson Correlation	.387**	.206*	1	.219*	.227*	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.032		.023	.018	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.4	Pearson Correlation	-.090	.327**	.219*	1	.085	.602**
	Sig. (2-tailed)	.355	.001	.023		.381	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.5	Pearson Correlation	.305**	-.117	.227*	.085	1	.516**
	Sig. (2-tailed)	.001	.229	.018	.381		.000
	N	108	108	108	108	108	108
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.499**	.443**	.718**	.602**	.516**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	108	108	108	108	108	108

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

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.496**	.246*	.177	.122	.600**
	Sig. (2-tailed)		.000	.010	.067	.207	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X3.2	Pearson Correlation	.496**	1	.149	.178	.192*	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000		.125	.066	.047	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X3.3	Pearson Correlation	.246*	.149	1	.658**	.271**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.010	.125		.000	.005	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X3.4	Pearson Correlation	.177	.178	.658**	1	.245*	.689**
	Sig. (2-tailed)	.067	.066	.000		.011	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X3.5	Pearson Correlation	.122	.192*	.271**	.245*	1	.558**
	Sig. (2-tailed)	.207	.047	.005	.011		.000
	N	108	108	108	108	108	108
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.600**	.670**	.707**	.689**	.558**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N						

N	108	108	108	108	108	108
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----

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

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.151	.376**	.481**	.167	.591**
	Sig. (2-tailed)		.119	.000	.000	.084	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X4.2	Pearson Correlation	.151	1	.245*	.207*	.203*	.595**
	Sig. (2-tailed)	.119		.011	.032	.035	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X4.3	Pearson Correlation	.376**	.245*	1	.442**	.356**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X4.4	Pearson Correlation	.481**	.207*	.442**	1	.420**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.032	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X4.5	Pearson Correlation	.167	.203*	.356**	.420**	1	.674**
	Sig. (2-tailed)	.084	.035	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108
TOTAL_X4	Pearson Correlation	.591**	.595**	.697**	.757**	.674**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108
Y1.6	Pearson Correlation	.268**	.211*	.327*	.313*	.376*	1	.145	.567**
	Sig. (2-tailed)	.005	.029	.001	.001	.000		.134	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108
Y1.7	Pearson Correlation	.385**	.485*	.512*	.518*	.439*	.145	1	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.134		.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.723**	.686*	.737*	.749*	.757*	.567*	.709*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108	108	108

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

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

Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total), perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Korelasi dikatakan signifikan apabila nilai signifikansi kurang dari alpha (taraf signifikansi) yang digunakan dalam hal ini digunakan taraf signifikansi 0.05 pada hasil output spss analisis korelasi didapat semua nilai signifikansi korelasi antara item pertanyaan dengan total bernilai kurang dari alpha maka diambil keputusan tolak H0 yang artinya terdapat korelasi yang signifikan

antara item pertanyaan dengan total atau dengan kata lain semua item pertanyaan adalah valid pada semua variabel.

b. Uji reliabilitas

Tabel 4. 14 Tabel Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.884	31

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai Cronbach alpha mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.600 . kelima variabel yang dimiliki memiliki nilai Cronbach alpha berilai 0.884. nilai Cronbach alpha untuk varibael X1, X2, X3 dan Y sudah lebih besar dari 0.6 maka dapat disimpulkan keempat variabel yang dimiliki sudah reliabel.

c. Regresi linier berganda

1. Persamaan regresi laki-laki

Tabel 4. 15 Coefficient Persamaan Regresi Laki-Laki

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-7.953	4.075		-1.952	.058

LABEL HALAL	.235	.108	.233	2.175	.036
MERK	.272	.197	.154	1.380	.175
HARGA	.397	.226	.200	1.761	.086
KUALITAS	.763	.200	.449	3.822	<.001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMBELI

Berdasarkan Tabel Coefficient di atas dapat diperhatikan pada kolom unstandardized coefficients B, untuk menyusun persamaan regresi linier berganda berikut ini :

$$Y = -7.953 + 0.235 + 0.272 + 0.397 + 0.763$$

dimana :

Y = Keputusan membeli

X1 = Label halal

X2 = merk

X3 = harga

X4 = Kualitas

Koefisien regresi untuk Label halal sebesar 0.235. Koefisien regresi bernilai positif, artinya pada saat Label halal naik maka Keputusan membeli juga akan mengalami kenaikan. Demikian pula pada saat Label halal turun, maka Keputusan membeli juga turun. Kenaikan Label halal sebesar 1 akan meningkatkan Keputusan membeli sebesar 0.235.

Koefisien regresi untuk Merk sebesar 0.272. Koefisien regresi bernilai positif, artinya pada saat Merk naik maka Keputusan membeli juga akan mengalami kenaikan. Demikian

pula pada saat Merk turun, maka Keputusan membeli juga turun. Kenaikan Merk sebesar 1 akan meningkatkan Keputusan membeli sebesar 0.272.

Koefisien regresi untuk Harga sebesar 0.397. Koefisien regresi bernilai positif, artinya pada saat Harga naik maka Keputusan membeli juga akan mengalami kenaikan. Demikian pula pada saat Harga turun, maka Keputusan membeli juga turun. Kenaikan Harga sebesar 1 akan meningkatkan Keputusan membeli sebesar 0.397.

Koefisien regresi untuk Kualitas sebesar 0.763. Koefisien regresi bernilai positif, artinya pada saat Kualitas naik maka Keputusan membeli juga akan mengalami kenaikan. Demikian pula pada saat Kualitas turun, maka Keputusan membeli juga turun. Kenaikan Kualitas sebesar 1 akan meningkatkan Keputusan membeli sebesar 0.763.

2. Persamaan regresi perempuan

Tabel 4. 16 Coefficient Persamaan Regresi Perempuan

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.772	3.750		-1.006	.319
LABEL HALAL	.082	.089	.089	.925	.359
MERK	.114	.146	.077	.777	.440

HARGA	.533	.157	.380	3.388	.001
KUALITAS	.802	.178	.431	4.507	<.001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMBELI

Berdasarkan Tabel Coefficient di atas dapat diperhatikan pada kolom unstandardized coefficients B, untuk menyusun persamaan regresi linier berganda berikut ini :

$$Y = -3.772 + 0.082 + 0.114 + 0.533 + 0.802$$

dimana :

Y = Keputusan membeli

X1 = Label halal

X2 = merk

X3 = harga

X4 = Kualitas

Koefisien regresi untuk Label halal sebesar 0.082 Koefisien regresi bernilai positif, artinya pada saat Label halal naik maka Keputusan membeli juga akan mengalami kenaikan. Demikian pula pada saat Label halal turun, maka Keputusan membeli juga turun. Kenaikan Label halal sebesar 1 akan meningkatkan Keputusan membeli sebesar 0.082.

Koefisien regresi untuk Merk sebesar 0.114. Koefisien regresi bernilai positif, artinya pada saat Merk naik maka Keputusan membeli juga akan mengalami kenaikan. Demikian pula pada saat

Merk turun, maka Keputusan membeli juga turun. Kenaikan Merk sebesar 1 akan meningkatkan Keputusan membeli sebesar 0.114.

Koefisien regresi untuk Harga sebesar 0.397. Koefisien regresi bernilai positif, artinya pada saat Harga naik maka Keputusan membeli juga akan mengalami kenaikan. Demikian pula pada saat Harga turun, maka Keputusan membeli juga turun. Kenaikan Harga sebesar 1 akan meningkatkan Keputusan membeli sebesar 0.533.

Koefisien regresi untuk Kualitas sebesar 0.802. Koefisien regresi bernilai positif, artinya pada saat Kualitas naik maka Keputusan membeli juga akan mengalami kenaikan. Demikian pula pada saat Kualitas turun, maka Keputusan membeli juga turun. Kenaikan Kualitas sebesar 1 akan meningkatkan Keputusan membeli sebesar 0.802.

d. Koefisien determinasi

1. Koefisien determinasi laki-laki

Tabel 4. 17 Keofisien Determinasi Laki-Laki

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.657	.622	3.739

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

Berdasarkan output diketahui Nilai R Square = 0,657 artinya kontribusi variabel Label halal, merk, harga, dan kualitas terhadap variabel Keputusan membeli sebesar 65,7%; sedangkan sisanya 34,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang

tidak diteliti dalam penelitian. Dengan kata lain, sebesar 65,7% variasi Keputusan membeli dapat dijelaskan oleh variasi Label halal, merk, harga, dan kualitas.

2. Koefisien determinasi perempuan

Tabel 4. 18 Keofisien Determinasi Perempuan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 ^a	.614	.588	2.589

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

Berdasarkan output diketahui Nilai R Square = 0,614 artinya kontribusi variabel Label halal, merk, harga, dan kualitas terhadap variabel Keputusan membeli sebesar 61,4%; sedangkan sisanya 38,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian. Dengan kata lain, sebesar 61,4% variasi Keputusan membeli dapat dijelaskan oleh variasi Label halal, merk, harga, dan kualitas.

e. Uji parsial (Uji t)

1. Uji parsial laki-laki

Tabel 4. 19 Uji Parsial Laki-Laki

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-7.953	4.075		-1.952
					.058

LABEL HALAL	.235	.108	.233	2.175	.036
MERK	.272	.197	.154	1.380	.175
HARGA	.397	.226	.200	1.761	.086
KUALITAS	.763	.200	.449	3.822	<.001

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN MEMBELI

Berdasarkan output diketahui statistic uji t untuk masing masing variabel independent adalah 2.175, 1.380, 3.761, dan 3.822 dengan nilai signifikansi 0.036, 0.175, 0.086, dan <0.001. dikarenakan nilai signifiaknsi variabel label halal dan kualitas lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05 maka diambil keputusan tolak H0 yang artinya secara independent label halal dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli. Sedangkan variabel merk dan harga diambil keputusan gagal tolak H0 karnea nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi 0.05 sehingga dapat disimpulkan variabel merek dan harga secara individu tidak berpengaruh terhadap kepuasan pembeli.

2. Uji parsial perempuanan

Tabel 4. 20 Uji Parsial Perempuan

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3.772	3.750		-1.006	.319
	LABEL HALAL	.082	.089	.089	.925	.359
	MERK	.114	.146	.077	.777	.440
	HARGA	.533	.157	.380	3.388	.001

KUALITAS	.802	.178	.431	4.507	<.001
----------	------	------	------	-------	-------

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN MEMBELI

Berdasarkan output diketahui statistic uji t untuk masing masing variabel independent adalah 0.925, 0.777, 3.388, dan 4.507 dengan nilai signifikansi 0.359, 0.440, 0.001, dan <0.001. dikarenakan nilai signifiaknsi variabel harga dan kualitas lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05 maka diambil keputusan tolak H0 yang artinya secara independent label halal dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli. Sedangkan variabel label halal dan merk diambil keputusan gagal tolak H0 karnea nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi 0.05 sehingga dapat disimpulkan variabel merek dan harga secara individu tidak berpengaruh terhadap kepuasan pembeli.

f. Uji simultan (F)

1. Uji simultan laki-laki

Tabel 4. 21 Uji Simultan Laki-Laki

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1069.955	4	267.489	19.132	<.001 ^b
	Residual	559.245	40	13.981		
	Total	1629.200	44			

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN MEMBELI

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

Berdasarkan output diketahui statistic uji F bernilai 19.132 dengan nilai signifikansi $<.001$. dikarenakan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05 maka diambil keputusan tolak H_0 yang artinya secara simultan kedua variabel independent (Kualitas, Label Halal, Merk, Harga) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan membeli).

2. Uji simultan Perempuan

Tabel 4. 22 Uji Simultan Perempuan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	618.794	4	154.699	23.080	<.001 ^b
	Residual	388.761	58	6.703		
	Total	1007.556	62			

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN MEMBELI

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

Berdasarkan output diketahui statistic uji F bernilai 23.080 dengan nilai signifikansi $<.001$. dikarenakan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05 maka diambil keputusan tolak H_0 yang artinya secara simultan kedua variabel independent (Kualitas, Label Halal, Merk, Harga) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan membeli).

C. Pembahasan

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini peneliti akan menjelaskan empat hal yaitu pengaruh secara parsial dan simultan label halal, merek, harga dan kualitas terhadap keputusan membeli. Dalam pembahasan ini hasil penelitian dibagi dua yaitu laki laki dan perempuan.

1. Pengaruh label halal terhadap keputusan membeli produk kosmetik dikalangan mahasiswa dan mahasiswi Hukum keluarga Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Untuk laki-laki dari t tabel yaitu 2,175 dan nilai signifikan $0,036 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa label halal mempengaruhi keputusan membeli pada mahasiswa laki-laki. Sedangkan untuk perempuan dari t tabel yaitu 0,925 dan nilai signifikan $0,359 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa label halal tidak mempengaruhi keputusan membeli pada mahasiswa perempuan.
2. Pengaruh merek terhadap keputusan membeli produk kosmetik dikalangan mahasiswa dan mahasiswi Hukum keluarga Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Untuk laki-laki dari t tabel yaitu 1,380 dan nilai signifikan $0,175 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa merek tidak mempengaruhi keputusan membeli pada mahasiswa laki-laki. Sedangkan untuk perempuan dari t tabel yaitu 0,777 dan nilai signifikan $0,440 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa merek tidak mempengaruhi keputusan membeli pada mahasiswa perempuan.
3. Pengaruh harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik dikalangan mahasiswa dan mahasiswi Hukum keluarga Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Untuk laki-laki dari t tabel

yaitu 1,761 dan nilai signifikan $0,086 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa harga tidak mempengaruhi keputusan membeli pada mahasiswa laki-laki. Sedangkan untuk perempuan dari t tabel yaitu 3,388 dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa harga mempengaruhi keputusan membeli pada mahasiswa perempuan.

4. Pengaruh kualitas terhadap keputusan membeli produk kosmetik dikalangan mahasiswa dan mahasiswi Hukum keluarga Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Untuk laki-laki dari t tabel yaitu 3,822 dan nilai signifikan $< 0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas mempengaruhi keputusan membeli pada mahasiswa laki-laki. Sedangkan untuk perempuan dari t tabel yaitu 4,507 dan nilai signifikan $< 0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas mempengaruhi keputusan membeli pada mahasiswa perempuan.

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa untuk mahasiswa laki laki dan perempuan terdapat perbedaan dalam memutuskan dalam membeli sebuah produk kosmetik. Untuk mahasiswa laki-laki lebih memperhatikan label halal dalam produk dan kualitas sebelum memutuskan membeli produk kosmetik. Sedangkan untuk mahasiswa perempuan lebih memperhatikan harga dan kualitas produk sebelum memutuskan membeli sebuah produk kosmetik.

Kita sebagai seorang muslim haruslah lebih berhati-hati dengan ketidak jelasan atau kesamaran, sehingga tidak bisa diketahui halal haramnya sesuatu secara jelas. Perlu untuk diketahui, bahwa syubhat berbeda dengan

perkara yang sudah jelas pengaharamannya atau dengan halal, makruh, wajib, dan sunnah. Sebagaimana di jelaskan pada hadist berikut :

عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ النُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعَرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ، كَالرَّاعِي يَرْعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ، أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمًى أَلَا وَإِنَّ حِمَى اللَّهِ مَحَارِمُهُ أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ

“Dari Abu Abdillah An-Nu'man bin Basyir Radhiyallahu 'Anhuma, beliau mengatakan, “Saya mendengar Rasulullah Shallallahu 'Alaihi wa Sallam bersabda, ‘Sungguh yang halal itu jelas, yang haram pun jelas. Dan diantara keduanya ada perkara yang syubhat –perkara yang rancu– yang tidak diketahui oleh kebanyakan orang. Maka barangsiapa yang menghindari syubhat, maka berarti dia telah membebaskan agama dan kehormatannya. Dan barangsiapa yang terjatuh ke dalam perkara-perkara syubhat, maka dia jatuh dalam perkara yang diharamkan oleh Allah Subhanahu wa Ta'ala. Seperti seorang gembala menggembalakan di sekitar tanah larangan. Hampir saja dia masuk dalam tanah larangan itu. Dan sungguh setiap Raja itu memiliki tanah larangan. Dan tanah larangan Allah Subhanahu wa Ta'ala adalah perkara-perkara yang diharamkanNya. Dan sungguh diasad ini ada sekerat daging yang jika dia baik maka

seluruh anggota tubuh akan baik dan jika dia rusak maka seluruh anggota tubuh akan rusak dan itu adalah hati” (HR. Al-Bukhari dan Muslim)

Hadist diatas merupakan salah satu landasan pokok dalam syari’at. Abu Daud berkata : Islam itu berputar dalam empat hadist, kemudian dia menyebutkan hadist ini salah satunya. Dari hadist tersebut kita harus semakin menjaga diri atau meninggalkan syubhat adalah bentuk kehati-hatian atau merupakan wujud skiap wara’, serta salah satu tanda ketakwaan seseorang adalah meninggalkan perkara-perkara yang diperbolehkan karena khawatir akan terjerumus kedalam hal yang di haramkan oleh allah, dan kebaikan yang dilakukan anggota badan salah satu bentuk pertanda baiknya hati.

Alangkah baiknya selain menjauhi syubhat seharusnya kita lebih berhati-hati dalam memutuskan ini haram dan itu haram dalam memakan atau memakai sesuatu sebagaimana firman allah pada surat An-Nahl 116- 117 yang berbunyi :

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمُ الْكَذِبَ هَذَا حَلَالٌ وَهَذَا حَرَامٌ لِتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ ۚ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا يُفْلِحُونَ

*“Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara dusta **"ini halal dan ini haram"**, untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah tiadalah beruntung”*

Ayat ini menerangkan bahwa salah satu dari sekian banyak budaya jahiliyyah yang berkembang di tengah masyarakat zaman dahulu, sebelum akhirnya terhapus syariat dari nabi Muhammad Shallahu ‘alaihi wa sallam. yaitu mudah mengharamkan dan menghalalkan sesuatu tanpa mengindahkan dan tanpa merujuk kepada wahyu Ilahi maupun ketetapan-ketetapan dalam islam yang berasal dari Allah.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti uraikan maka dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal masih kurang diperhatikan oleh mahasiswa perempuan dalam pembuatan keputusan pembelian produk kosmetik. Mahasiswa perempuan lebih memperhatikan faktor harga dan kualitas dalam membeli produk kosmetik. Sedangkan untuk mahasiswa laki laki labelisasi halal menjadi salah satu faktor dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk kosmetik yang akan digunakan dalam kesehariannya.

B. Saran

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian dapat menggunakan variabel-variabel lain yang tidak peneliti teliti dalam penelitian ini, sehingga dapat terus mengembangkan pengetahuan dan memperkaya khasanah ilmu dalam pembahasan atau kajian mengenai label halal dan produk kosmetik. Serta bagi mahasiswa diharapkan lebih memperhatikan label halal sebuah produk dalam mengambil keputusan untuk menggunakan produk kosmetik agar bisa lebih berkah dalam pemakaiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinar Haidayatullah, 2018, Pengaruh Label Halal Pada Pertumbuhan Kosmetik Dan Pandangan Wanita Muslim Negara Islam Dunia(Online), dalam <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/4945>, diakses pada tanggal 3 November 2022
- Helsy Zella Rafita, 2017, Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 Uin Raden Intan Lampung) (Online), *Skripsi*, dalam <http://repository.radenintan.ac.id/2152/> , diakses pada tanggal 29 September 2022
- Herni Sarahuddin, 2019, Pengaruh label halal terhadap keputusan penggunaan produk kosmetik di kalangan mahasiswi (studi kasus fakultas ekonomi dan bisnis unismuh makassar) (Online), *skripsi*, dalam [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/11111-Full Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/11111-Full_Text.pdf) , diakses pada tanggal 4 Oktober 2022
- Jaswir, Irwandi., dkk, 2020, Daftar Referensi Bahan-Bahan Yang Memiliki Titik Kritis Halal Dan Non Halal (Online), dalam <https://knks.go.id/storage/upload/1611664982-Buku%20Referensi%20Titik%20Kritis%20Halal.pdf>, diakses pada tanggal 9 November 2022

Jujuk Ernawati, "Pentingnya Memilih Kosmetik Halal" , dikutip dari

<https://www.viva.co.id/amp/gaya-hidup/gaya/1021491-pentingnya-memilih-kosmetik-halal> diakses pada hari Jumat 28 April 2023 jam 22.13

WIB

Baghawi Abu Muhammad al-Husayn ibn Mas'ud al, *Ma'alim Tanzil*, (Dar Thibah, Majma' Malik Fahd, 1417 H-1997 M), Cet. IV, jilid I

Dinar Haidayatullah, 2018, Pengaruh Label Halal Pada Pertumbuhan Kosmetik Dan Pandangan Wanita Muslim Negara Islam Dunia(Online), dalam <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/4945> , diakses pada tanggal 3 November 2022

Girindra Aisjah, 1998 *LP POM MUI Sejarah Sertifikasi Halal*, Jakarta: LP POM, 1998

Helsy Zella Rafita, 2017, Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 Uin Raden Intan Lampung) (Online), *Skripsi*, dalam <http://repository.radenintan.ac.id/2152/>, diakses pada tanggal 29 September 2022

Herni Sarahuddin, 2019, Pengaruh label halal terhadap keputusan penggunaan produk kosmetik di kalangan mahasiswi (studi kasus fakultas ekonomi dan bisnis unismuh makassar) (Online), *skripsi*, dalam https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/11111-Full_Text.pdf , diakses pada tanggal 4 Oktober 2022

Jaswir, Irwandi., dkk, 2020, Daftar Referensi Bahan-Bahan Yang Memiliki Titik Kritis

Halal Dan Non Halal (Online), dalam

<https://knks.go.id/storage/upload/1611664982->

[Buku%20Referensi%20Titik%20Kritis%20Halal.pdf](#), diakses pada tanggal

9 November 2022

Kusuma Rusbiansyah Perdana, dkk, 2022, Analisa Pengetahuan Produk Halal,

Sikap Konsumen Terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z Di Kota

Tangerang Dalam Menggunakan Produk Kosmetik Halal Dalam Negeri

Lutfia Widyastuti, 2019, Jurnal Ilmiah Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas

Terhadap Preferensi Konsumen Muslim Dalam Pembelian Kosmetik

Asing (Studi Pada Mahasiswi Muslim Di Kota Malang) (Online), dalam

<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5811> , diaksek

pada tanggal 3 November 2022

Maulana Achmad, dkk, 2008, Kamus Ilmiah Populer: Lengkap dengan EYD dan

Pembentukan Istilah serta Akronim Bahasa Indonesia, Yogyakarta :

Absolut

Nurlaela, Muh. Arfah Pettenreng, dkk, 2021, produk halal prespektif hukum

perlindungan konsumen (Online), dalam

<http://localhost:8080/xmlui/handle/123456789/855>, diakses pada

tanggal 9 November 2022

Portal Informasi Indonesia “Cara Memperoleh Sertifikasi Halal”Dikutip dari

<https://indonesia.go.id/kategori/perdagangan/557/cara-memperoleh->

[sertifikasi-halal-?lang=1](#) diakses pada Sabtu 27 Mei 2023 jam 15.26

WIB

Qaradhawi Yusuf al-, *Al-Halal wa al-Haram fi al-Islam*, terjemah Wahid Amadi dkk, 1424H 2003 M Halal Haram dalam Islam, (Solo: Era Intermedia), Cet III

Rahayu Aditya, Muzakar Isa, 2023 Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Norma Subyektif Terhadap Sikap Pemudi Muslim Dalam Niat Beli Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Di Solo Raya)

Sa'di Abd al-Rahman ibn Nashir ibn al-, *Taysir al-Karim al-Rahman fi Tafsir Kalm al-Mannan*, di-tahqiq oleh 'Abd al-Rahman ibn Ma'la alLuwayhik, (Mu'assasah al-Risalah, Malik Fahd, 1420H-2000H), Cet. I

Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&N, (Bandung: Alfabeta)

Supriyatni Renny, dkk, 2022 *Pengakuan Sertifikasi Halal Secara Internasional*, (Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah – Bank Indonesia)

Syawkani Imam al-, *Fath al-Qadir*, 2017 (Bayrut: Dar al-Ma'rifah,), Cet. IV

Widyaningrum Premi Wahyu, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, 2016, Pengaruh Label halal dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian (survey pada konsumen wardah di ponorogo), 6.2

Yulia Elvyra, Neneng Siti silfi Ambarwati, 2018 Dasar-Dasar Kosmetika Untuk Tata Rias, (Jakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan Universitas Negeri Jakarta,)

LAMPIRAN

Lampiran I

SELURUH RESPONDEN

LABEL HALAL

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	saya mengetahui bentuk label halal yang diterbitkan oleh MUI	1	11	-	23	73
2.	saya selalu mencari label halal pada kemasan produk yang akan saya beli	2	2	20	30	5
3.	label halal dalam produk selalu terlihat jelas	1	6	35	37	29
4.	saya sangat menyadari bahwa masih ada beberapa produk kosmetik yang belum berlabel halal	6	16	31	27	28
5.	saya menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal	9	6	10	19	64
6.	sebelum membeli produk kosmetik saya mencari label halal terlebih dahulu	12	9	17	27	43
7.	label halal yang terdapat di kemasan produk sangat membantu saya dalam mengidentifikasi produk sebelum saya membelinya	1	2	14	33	58
8.	adanya label halal pada kemasan memudahkan saya dalam mendapatkan informasi kehalalan dan keyakinan untuk membeli produk kosmetik	3	2	4	27	72

MERK

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	saya selalu mencari tahu merk kosmetik terlebih dahulu sebelum membeli	5	5	13	23	62
2.	merk yang terkenal biasanya memiliki kualitas yang bagus walaupun belum tentu ada label halalnya	5	12	39	34	18
3.	saya selalu mempertimbangkan merk yang bagus sebelum saya membeli produk kosmetik	4	1	26	20	57
4.	merk yang terkenal akan saya beli tanpa mempertimbangkan halal atau tidaknya sebuah produk kosmetik	38	23	24	14	9

5.	merk yang berlabel halal memiliki kualitas lebih bagus daripada yang tidak berlabel halal	3	6	44	25	30
----	---	---	---	----	----	----

HARGA

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	saya selalu melihat harga produk sebelum memutuskan untuk membeli	-	1	11	17	79
2.	harga produk yang murah sangat mempengaruhi ketertarikan saya dengan produk yang akan saya beli	6	14	36	23	29
3.	harga kosmetik yang berlabel halal sesuai dengan kualitas produknya	2	3	25	40	38
4.	kosmetik yang berlabel halal memiliki harga yang sesuai dengan harga mahasiswa	1	8	48	33	18
5.	kosmetik yang berlabel halal memiliki harga lebih tinggi daripada kosmetik yang tidak berlabel halal	5	10	60	25	8

KUALITAS

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	saya selalu mencari tau kualitas produk	-	-	12	21	75
2.	saya selalu mengutamakan kualitas produk daripada harga dan label halal	5	15	39	30	19
3.	saya selalu tertarik dengan kualitas produk yang bagus	1	-	15	39	53
4.	saya selalu mencari review produk untuk mengetahui kualitas dari produk kosmetik yang akan saya beli	3	1	12	24	68
5.	kualitas bagus selalu cocok dengan saya ketika saya menggunakan produk kosmetik tersebut	3	4	36	33	32

KEPUTUSAN MEMBELI

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	kualitas produk merupakan standart yang saya terapkan dalam memutuskan menggunakan sebuah produk kosmetik	2	4	17	38	47
2.	label halal pada produk kosmetik menjadi jaminan mengenai kualitas produk	3	1	30	41	33

3.	harga mempengaruhi saya dalam memutuskan untuk membeli produk kosmetik	2	6	23	29	48
4.	merk merupakan faktor utama saya dalam memutuskan untuk membeli sebuah produk kosmetik	4	10	33	32	29
5.	kualitas produk selalu mempengaruhi saya dalam memutuskan untuk membeli sebuah produk kosmetik	2	2	17	39	48
6.	tidak adanya label halal dalam kemasan produk membuat ketertarikan saya dalam membeli produk menurun	9	8	29	24	38
7.	merk produk yang sering saya lihat membuat saya lebih tertarik dalam membeli sebuah produk kosmetik	6	7	22	38	35

LAKI LAKI

LABEL HALAL

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	saya mengetahui bentuk label halal yang diterbitkan oleh MUI	1	-	4	9	31
2.	saya selalu mencari label halal pada kemasan produk yang akan saya beli	2	-	11	10	22
3.	label halal dalam produk selalu terlihat jelas	1	1	13	16	14
4.	saya sangat menyadari bahwa masih ada beberapa produk kosmetik yang belum berlabel halal	5	9	13	10	8
5.	saya menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal	7	4	3	8	23
6.	sebelum membeli produk kosmetik saya mencari label halal terlebih dahulu	9	4	9	8	15
7.	label halal yang terdapat di kemasan produk sangat membantu saya dalam mengidentifikasi produk sebelum saya membelinya	-	1	9	15	20
8.	adanya label halal pada kemasan memudahkan saya dalam mendapatkan informasi kehalalan dan keyakinan untuk membeli produk kosmetik	2	1	1	15	26

MERK

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	saya selalu mencari tahu merk kosmetik terlebih dahulu sebelum membeli	4	3	10	12	16
2.	merk yang terkenal biasanya memiliki kualitas yang bagus walaupun belum tentu ada label halal nya	4	4	15	14	8
3.	saya selalu mempertimbangkan merk yang bagus sebelum saya membeli produk kosmetik	4	-	9	9	23
4.	merk yang terkenal akan saya beli tanpa mempertimbangkan halal atau tidaknya sebuah produk kosmetik	15	9	11	7	3
5.	merk yang berlabel halal memiliki kualitas lebih bagus daripada yang tidak berlabel halal	2	4	19	10	10

HARGA

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	saya selalu melihat harga produk sebelum memutuskan untuk membeli	-	1	7	5	32
2.	harga produk yang murah sangat mempengaruhi ketertarikan saya dengan produk yang akan saya beli	2	6	15	10	12
3.	harga kosmetik yang berlabel halal sesuai dengan kualitas produknya	2	1	12	18	12
4.	kosmetik yang berlabel halal memiliki harga yang sesuai dengan harga mahasiswa	1	3	23	15	3
5.	kosmetik yang berlabel halal memiliki harga lebih tinggi daripada kosmetik yang tidak berlabel halal	4	3	26	9	3

KUALITAS

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	saya selalu mencari tau kualitas produk	-	-	10	8	27
2.	saya selalu mengutamakan kualitas produk daripada harga dan label halal	3	8	15	12	7
3.	saya selalu tertarik dengan kualitas produk yang bagus	1	10	11	23	20
4.	saya selalu mencari review produk untuk mengetahui kualitas dari produk kosmetik yang akan saya beli	3	1	11	10	20
5.	kualitas bagus selalu cocok dengan saya ketika saya menggunakan produk kosmetik tersebut	3	3	13	14	12

KEPUTUSAN MEMBELI

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	kualitas produk merupakan standart yang saya terapkan dalam memutuskan menggunakan sebuah produk kosmetik	2	4	8	11	20
2.	label halal pada produk kosmetik menjadi jaminan mengenai kualitas produk	3	-	18	14	10
3.	harga mempengaruhi saya dalam memutuskan untuk membeli produk kosmetik	2	5	10	9	19
4.	merk merupakan faktor utama saya dalam memutuskan untuk membeli sebuah produk kosmetik	4	4	15	11	11
5.	kualitas produk selalu mempengaruhi saya dalam memutuskan untuk membeli sebuah produk kosmetik	2	2	10	11	20
6.	tidak adanya label halal dalam kemasan produk membuat ketertarikan saya dalam membeli produk menurun	4	4	12	10	15
7.	merk produk yang sering saya lihat membuat saya lebih tertarik dalam membeli sebuah produk kosmetik	5	3	7	16	14

PEREMPUAN**LABEL HALAL**

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	saya mengetahui bentuk label halal yang diterbitkan oleh MUI	-	-	7	14	42
2.	saya selalu mencari label halal pada kemasan produk yang akan saya beli	-	2	9	20	32
3.	label halal dalam produk selalu terlihat jelas	-	5	22	21	15
4.	saya sangat menyadari bahwa masih ada beberapa produk kosmetik yang belum berlabel halal	1	7	18	17	20
5.	saya menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal	2	2	7	11	41
6.	sebelum membeli produk kosmetik saya mencari label halal terlebih dahulu	3	5	8	19	28
7.	label halal yang terdapat di kemasan produk sangat membantu saya dalam mengidentifikasi produk sebelum saya membelinya	1	1	5	18	38
8.	adanya label halal pada kemasan memudahkan saya dalam mendapatkan informasi kehalalan dan keyakinan untuk membeli produk kosmetik	1	1	3	12	46

MERK

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	saya selalu mencari tahu merk kosmetik terlebih dahulu sebelum membeli	1	2	3	11	46
2.	merk yang terkenal biasanya memiliki kualitas yang bagus walaupun belum tentu ada label halalnya	1	8	24	20	10
3.	saya selalu mempertimbangkan merk yang bagus sebelum saya membeli produk kosmetik	-	1	17	11	34
4.	merk yang terkenal akan saya beli tanpa mempertimbangkan halal atau tidaknya sebuah produk kosmetik	23	14	13	7	6
5.	merk yang berlabel halal memiliki kualitas lebih bagus daripada yang tidak berlabel halal	1	2	25	15	20

HARGA

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	saya selalu melihat harga produk sebelum memutuskan untuk membeli	-	-	4	12	47
2.	harga produk yang murah sangat mempengaruhi ketertarikan saya dengan produk yang akan saya beli	4	8	21	13	17
3.	harga kosmetik yang berlabel halal sesuai dengan kualitas produknya	-	2	13	22	26
4.	kosmetik yang berlabel halal memiliki harga yang sesuai dengan harga mahasiswa	-	5	25	18	15
5.	kosmetik yang berlabel halal memiliki harga lebih tinggi daripada kosmetik yang tidak berlabel halal	1	7	34	16	5

KUALITAS

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	saya selalu mencari tau kualitas produk	-	-	2	13	48
2.	saya selalu mengutamakan kualitas produk daripada harga dan label halal	2	7	24	18	12
3.	saya selalu tertarik dengan kualitas produk yang bagus	-	-	5	28	30
4.	saya selalu mencari review produk untuk mengetahui kualitas dari produk kosmetik yang akan saya beli	-	-	1	14	48
5.	kualitas bagus selalu cocok dengan saya ketika saya menggunakan produk kosmetik tersebut	-	1	23	19	20

KEPUTUSAN MEMBELI

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	kualitas produk merupakan standart yang saya terapkan dalam memutuskan menggunakan sebuah produk kosmetik	-	-	9	27	27
2.	label halal pada produk kosmetik menjadi jaminan mengenai kualitas produk	-	1	12	27	23
3.	harga mempengaruhi saya dalam memutuskan untuk membeli produk kosmetik	-	1	13	20	29

4.	merk merupakan faktor utama saya dalam memutuskan untuk membeli sebuah produk kosmetik	-	6	18	21	18
5.	kualitas produk selalu mempengaruhi saya dalam memutuskan untuk membeli sebuah produk kosmetik	-	-	7	28	28
6.	tidak adanya label halal dalam kemasan produk membuat ketertarikan saya dalam membeli produk menurun	5	4	17	14	23
7.	merk produk yang sering saya lihat membuat saya lebih tertarik dalam membeli sebuah produk kosmetik	1	4	15	22	21

Lampiran II

VALIDITAS

Correlations

[illegible]

TOTAL_X1	Pearson	.449**	.718**	.486**	.380**	.782**	.831**	.686**	.693**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2
X2.1	Pearson	1	-.173	.387**	-.090	.305**	.499**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.074	.000	.355	.001	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.2	Pearson	-.173	1	.206*	.327**	-.117	.443**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.074		.032	.001	.229	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.3	Pearson	.387**	.206*	1	.219*	.227*	.718**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.032		.023	.018	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.4	Pearson	-.090	.327**	.219*	1	.085	.602**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.355	.001	.023		.381	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.5	Pearson	.305**	-.117	.227*	.085	1	.516**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.001	.229	.018	.381		.000
	N	108	108	108	108	108	108
TOTAL_X2	Pearson	.499**	.443**	.718**	.602**	.516**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108

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

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.496**	.246*	.177	.122	.600**
	Sig. (2-tailed)		.000	.010	.067	.207	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X3.2	Pearson Correlation	.496**	1	.149	.178	.192*	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000		.125	.066	.047	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X3.3	Pearson Correlation	.246*	.149	1	.658**	.271**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.010	.125		.000	.005	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X3.4	Pearson Correlation	.177	.178	.658**	1	.245*	.689**
	Sig. (2-tailed)	.067	.066	.000		.011	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X3.5	Pearson Correlation	.122	.192*	.271**	.245*	1	.558**
	Sig. (2-tailed)	.207	.047	.005	.011		.000
	N	108	108	108	108	108	108
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.600**	.670**	.707**	.689**	.558**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108

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

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.151	.376**	.481**	.167	.591**
	Sig. (2-tailed)		.119	.000	.000	.084	.000
	N	108	108	108	108	108	108

Y1.4	Pearson Correlation	.504**	.464**	.414**	1	.459**	.313**	.518**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108
Y1.5	Pearson Correlation	.701**	.406**	.431**	.459**	1	.376**	.439**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108
Y1.6	Pearson Correlation	.268**	.211*	.327**	.313**	.376**	1	.145	.567**
	Sig. (2-tailed)	.005	.029	.001	.001	.000		.134	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108
Y1.7	Pearson Correlation	.385**	.485**	.512**	.518**	.439**	.145	1	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.134		.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.723**	.686**	.737**	.749**	.757**	.567**	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108	108	108

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

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

RELIABILITAS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	108	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	108	100.0

a. Listwise deletion based on all variabels in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	31

Lampiran III

Regression

Variabels Entered/Removed ^a			
Model	Variabels Entered	Variabels Removed	Method
1	KUALITAS , LABEL HALAL, MERK , HARGA ^b		. Enter

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN MEMBELI

b. All requested variabels entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.657	.622	3.739

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

UJI F (2)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1069.955	4	267.489	19.132	<.001 ^b
	Residual	559.245	40	13.981		
	Total	1629.200	44			

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN MEMBELI

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

PERSAMAAN REGRESI

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.953	4.075		-1.952	.058
	LABEL HALAL	.235	.108	.233	2.175	.036
	MERK	.272	.197	.154	1.380	.175

HARGA	.397	.226	.200	1.761	.086
KUALITAS	.763	.200	.449	3.822	<.001

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN MEMBELI

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.953	4.075		-1.952	.058
	LABEL HALAL	.235	.108	.233	2.175	.036
	MERK	.272	.197	.154	1.380	.175
	HARGA	.397	.226	.200	1.761	.086
	KUALITAS	.763	.200	.449	3.822	<.001

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN MEMBELI

Lampiran IV

Regression

Variabels Entered/Removed^a

Model	Variabels Entered	Variabels Removed	Method
1	KUALITAS , LABEL HALAL, MERK , HARGA ^b		. Enter

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN MEMBELI

b. All requested variabels entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 ^a	.614	.588	2.589

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

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	618.794	4	154.699	23.080	<.001 ^b
	Residual	388.761	58	6.703		
	Total	1007.556	62			

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN MEMBELI

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

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-3.772	3.750		.319
	LABEL HALAL	.082	.089	.089	.359
	MERK	.114	.146	.077	.440
	HARGA	.533	.157	.380	.001
	KUALITAS	.802	.178	.431	<.001

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN MEMBELI

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.772	3.750		-1.006	.319
	LABEL HALAL	.082	.089	.089	.925	.359
	MERK	.114	.146	.077	.777	.440
	HARGA	.533	.157	.380	3.388	.001
	KUALITAS	.802	.178	.431	4.507	<.001

a. Dependent Variabel: KEPUTUSAN MEMBELI