



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK WARDAH**

SKRIPSI

Nurlaela

1802055029

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JAKARTA

2022



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK WARDAH**

SKRIPSI

Nurlaela

1802055029

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JAKARTA

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **"PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KECAMATAN CILINCING"** merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulis Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 08 November 2022



METERAI
TEMPEL

33AKN072889026

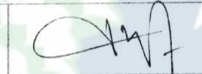
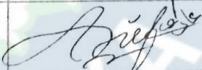
(Nurfaela)
NIM 1802055029

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH
STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KECAMATAN
CILINCING

NAMA : Nurlaela
NIM : 1802055029
PROGRAM STUDI : Ekonomi Islam
TAHUN : 2022

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si.	
Pembimbing II	Arief Fitriyanto, M.Si	

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA



(Ummu Salma Al Azizah, M.Sc)

PENGESAHAN SKRIPSI

(Skripsi dengan judul)

**PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH SEI DI KASUS PADA
MASYARAKAT KECAMATAN CHILING.**

Yang disusun oleh

Nurlaela

1802055029

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesamarataan (rata-rata)

(ST)

Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal

Tim Penguji

Ketua, merangkap anggota

(Dr. Ir. Yadi Nurhayadi, M.Si.)

Sekretaris, merangkap anggota

(Dr. Budiandru, S.E., Ak., M.E.Sy.)

Anggota

(Diah Ayu Legowati, M.Si.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Ummu Salma Al Azizah, M.Sc.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.
HAMKA

Dr. Zulpahmi, SE, Ms.

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurlaela

NIM : 1802055029

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : "PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KECAMATAN CILINCING" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 08 November 2022

Yang menyatakan



(Nurlaela)

ABSTRAK

Nurlaela (1802055029)

PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH

Skripsi, Program Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2022. Jakarta

Kata Kunci: *Label Halal, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian*

Kosmetik Wardah merupakan salah satu produk kecantikan dengan label halal sebagai jaminan kualitas yang dapat meningkatkan rasa percaya diri wanita muslimah karena Kosmetik Wardah menawarkan hal yang berbeda. Oleh karena itu selain label halal, pengaruh harga sangatlah penting untuk diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya produk dan jasa perusahaan. Salah menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang di tawarkan nantinya. Selain label halal dan harga, kualitas produk juga berpengaruh penting dalam keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Kosmetik Wardah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik dengan bantuan SPSS 26.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial variabel label halal, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa Label Halal, Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yang dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($175,253 > 2.66$). Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari seluruh variabel independen yang mengindikasikan semakin meningkat Label Halal, Kualitas Produk dan Harga maka akan meningkat pula Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Nurlaela (1802055029)

THE EFFECT OF HALAL LABEL, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF WARDAH COSMETIC PRODUCTS

The Thesis of Bachelor Degree Program. Management Major. Economics and Business Faculty University Of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA 2022. Jakarta

Keywords: Halal Label, Product Quality, Price and Purchase Decision

Wardah Cosmetics is one of the beauty products with a halal label as a quality guarantee that can increase the confidence of Muslim women because Wardah Cosmetics offers different things. Therefore, in addition to the halal label, the effect of price is very important to note, considering the price determines the behavior of the company's products and services. Incorrectly determining the price will have a fatal impact on the products offered later. In addition to the halal label and price, product quality is also an important influence in purchasing decisions.

This study aims to prove the effect of halal label on purchasing decisions, the effect of product quality on purchasing decisions and the effect of price on purchasing decisions of Wardah Cosmetics products

The method used in this study is a quantitative method. Quantitative research is research in the form of numbers and analysis using statistics with the help of SPSS 26.

The results of this study state that partially the halal label variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, the product quality variable



has a positive and significant effect on purchasing decisions, and the price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Based on the F test, it shows that Halal Label, Product Quality and Price together have a significant effect on purchasing decisions which can be seen from the $F_{table} > \text{calculated value}$ ($175,253 > 2.66$). This means that H_0 is rejected and H_a is accepted so that it has a positive and significant effect together from all independent variables that indicate the increase in Halal Label, Product Quality and Price, the Purchase Decision will also increase.

Keywords: Halal Label, Product Quality, Price and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadir Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Cilincing)”**.

Untuk menyelesaikan Skripsi ini, banyak sekali tantangan yang penulis hadapi. Segala kesukaran dan hambatan dalam penulisan skripsi ini sangat terasa, namun berkat karunia-Nya, semangat yang kuat, ketekunan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dan akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak yang turut membantu dalam pembuatan, penyusunan dan penulisan serta penyelesaian Skripsi ini, antara lain kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Gunawan Suryoputro., M.Hum selaku Rektor UHAMKA
2. Bapak Dr. Zulpahmi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA dan Dosen Pembimbing I.
3. Bapak Sumardi, SE., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA.
4. Bapak M. Nurrasyidin, SE., M.,Si. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA.

5. Bapak Edi Setiawan, SE., MM. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA.
6. Bapak Dr. Tohirin, SHI., M.Pd.I. selaku Wakil Dekan IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA.
7. Ibu Ummu Salma Al Azizah, M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA
8. Bapak Arief Fitriyanto, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu dan tenaganya untuk membimbing peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Seluruh Dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat baik di dalam kelas maupun di luar kelas sehingga membantu dalam penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh Staf Akademik dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prof. Dr. Hamka yang telah membantu saya dalam mengurus segala kebutuhan administrasi dan lain lain.
11. Orang tua saya yaitu bapak H. Kasturi serta ibu Hj. Wariyah (Almarhum) yang sangat saya cintai yang telah memberikan saya dukungan moral, material, spiritual, kasih sayang dan tidak pernah lelah untuk selalu mendoakan serta mendidik saya dengan penuh kesabaran. Bapak dan ibu (almarhum) adalah kedua orang tua saya yang selalu berusaha dan berdoa untuk saya, yang juga merupakan motivasi terbesar saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teruntuk kakak-kakak saya Syarifuddin, Jamaluddin dan Soleman, serta kakak ipar saya Ica Retno, Hajar dan Nurhafifah yang telah support saya selama ini dan memberi dukungan kepada saya. Semoga Allah senantiasa membalas kebaikan kalian. *Amin Ya Robbal Alamin.*
13. Teruntuk sahabat-sahabat saya Naca Cahyati, Kirana, Leni Listiani, Yadi Mulyadi, Bagus Yuliyanto dan Nur Chusnul Chatimah yang telah membantu mendoakan, memotivasi dan memberikan dukungan, solusi dan menghibur saya dari awal perkuliahan hingga saya menyelesaikan skripsi ini.

14. Teman seperjuangan saya Ekonomi Islam, terimakasih atas dukungan dan motivasi kalian. Semoga Allah SWT selalu memudahkan langkah kalian untuk mencapai cita-cita dan tujuan.


15. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah ikut berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwasanya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun dan mendidik sangat diharapkan oleh peneliti. Peneliti berharap semoga penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Wassalamu'alaikumWr.Wb

Jakarta, 08 November 2022



Nurlaela

1802055029

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI	iv
PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH..	v
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah	9
1.2.2 Pembatasan Masalah	9
1.2.3 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Telaah Pustaka.....	23
2.2.1 Kualitas Produk	23
2.2.2 Harga	31
2.2.3 Label Halal	34
2.2.4 Kepuasan Konsumen.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	42
2.4 Rumusan Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Metode Penelitian.....	45
3.2 Operasional Variabel.....	45
3.3 Populasi dan Sampel.....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	49
3.5.1 Uji Kualitas Data.....	49
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	50
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda	52
3.5.4 Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1 Sejarah Singkat Kosmetik Wardah.....	55
4.1.2 Visi dan Misi	58
4.2 Hasil Penelitian	59
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden.....	59
4.2.2 Uji Kualitas Data.....	91
Uji Validitas	91

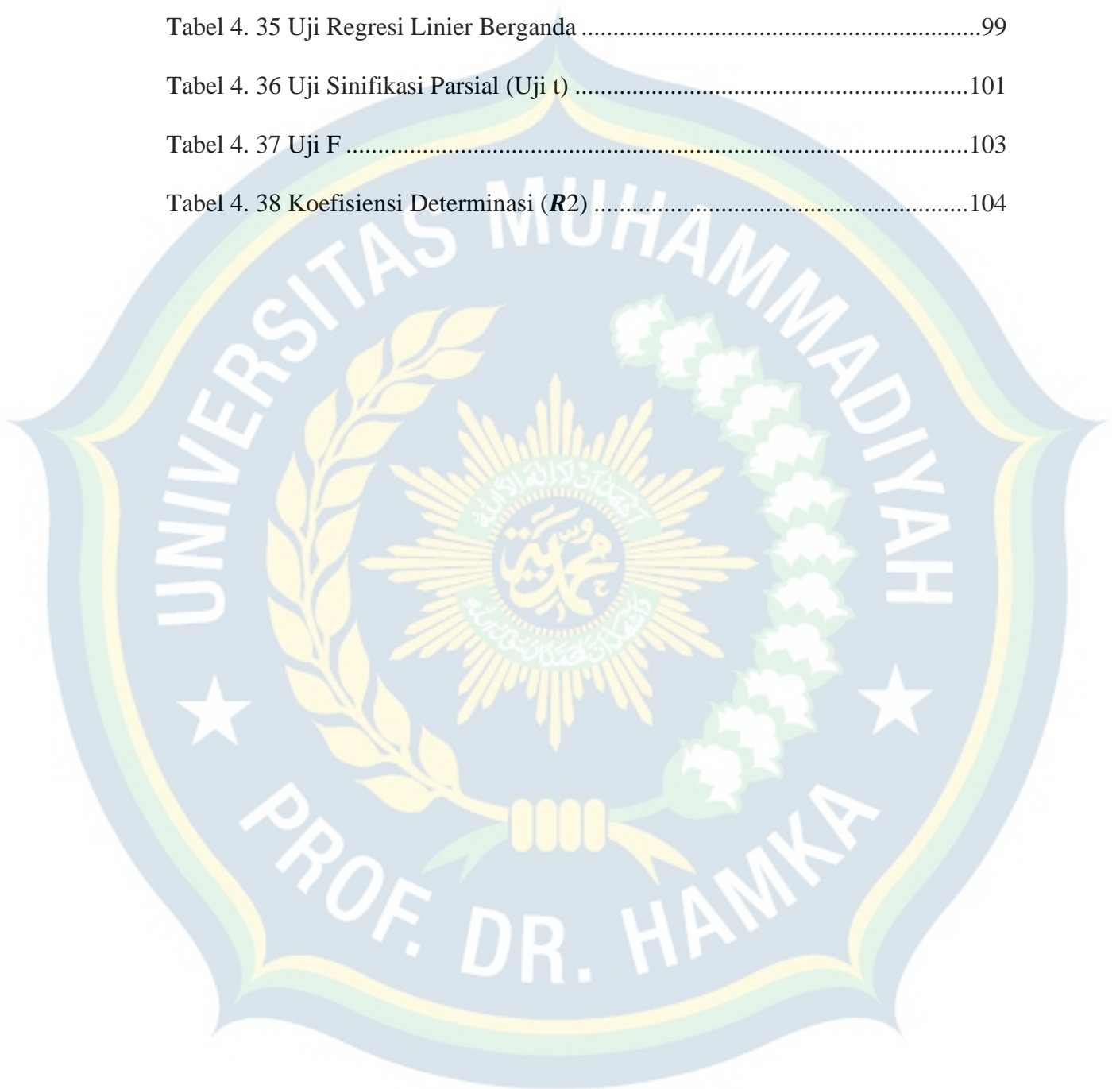
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	94
4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda	98
4.2.5 Uji Hipotesis.....	100
4.2.6 Uji Koefisien Korelasi Berganda (R)	104
4.2.7 Uji koefisiensi Determinasi (R ²)	104
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	105
4.3.1 Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	105
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian.....	107
4.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	108
4.3.4 Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	110
BAB V PENUTUP.....	114
5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Top Brand Award</i>	4
Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4. 1 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4. 2 Distribui Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
Tabel 4. 3 Distribusia Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4. 4 Distribui Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Uang Saku Perbulan.....	64
Tabel 4. 5 Label halal pada Kosmetik Wardah menjamin kehalalan produk	65
Tabel 4. 6 Informasi label halal LPPOM MUI pada kemasan Kosmetik Wardah memperkuat bahwa produk Wardah aman.....	66
Tabel 4. 7 Label halal Kosmetik Wardah adalah resmi dari LPPOM MUI.....	67
Tabel 4. 8 Bahan baku produk Kosmetik Wardah dari bahan alami dan halal	68
Tabel 4. 9 Dalam proses pembuatannya produk Kosmetik Wardah tidak tercampur dengan barang haram	69
Tabel 4. 10 Adanya tulisan “Halal” yang terdapat pada produk membantu saya mengidentifikasi produk sebelum membelinya	70
Tabel 4. 11 Indikator Label Halal (X1).....	71
Tabel 4. 12 Produk Make-up dan Skin care dari Kosmetik Wardah cocok untuk kulit saya	72
Tabel 4. 13 Kandungan bahan baku yang digunakan dalam Kosmetik Wardah aman bagi kulit saya.....	73

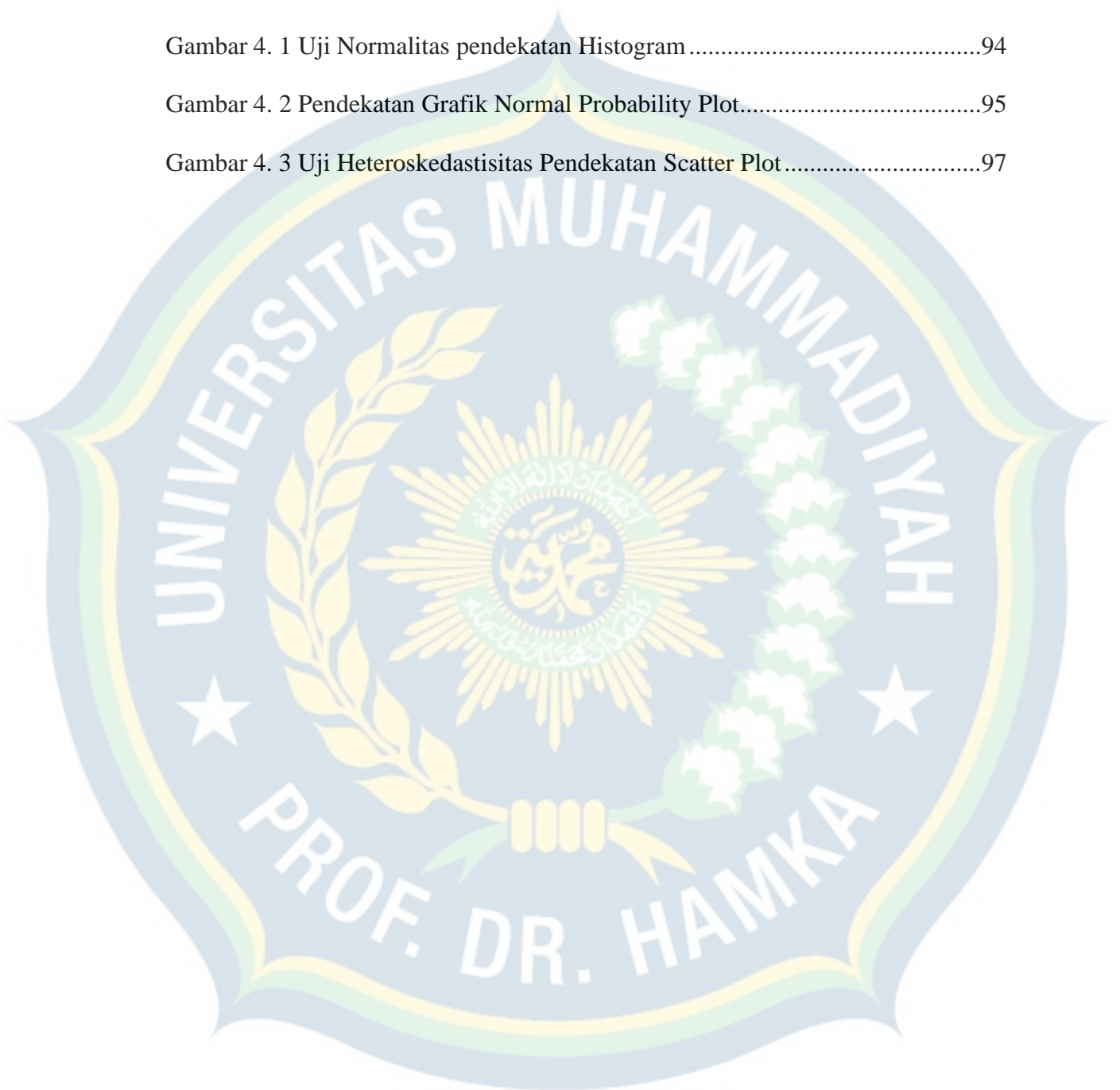
Tabel 4. 14 Produk Kosmetik Wardah memiliki kualitas yang baik	74
Tabel 4. 15 Saat menggunakan produk Kosmetik Wardah memberikan hasil yang memuaskan.....	75
Tabel 4. 16 Produk Kosmetik Wardah mempunyai banyak varian produk	76
Tabel 4. 17 Informasi komposisi pada produk Kosmetik Wardah pada kemasan sangat jelas	77
Tabel 4. 18 Menurut saya produk Wardah mempunyai tampilan yang menarik ...	78
Tabel 4. 19 Indikator Kualitas Produk (X2).....	79
Tabel 4. 20 Harga produk kosmetik Wardah sesuai dengan manfaat	80
Tabel 4. 21 Harga produk kosmetik Wardah sesuai dengan kebutuhan	81
Tabel 4. 22 Harga yang ditawarkan bervariasi disetiap produk kosmetik Wardah	82
Tabel 4. 23 Harga produk wardah sesuai dengan kualitas produk.....	83
Tabel 4. 24 Indikator Harga (X3).....	84
Tabel 4. 25 Saya puas dengan kualitas produk Kosmetik Wardah	85
Tabel 4. 26 Saya puas dengan harga produk Kosmetik Wardah.....	86
Tabel 4. 27 Saya puas dengan label halal yang ada pada produk Kosmetik Wardah	87
Tabel 4. 28 Saya memutuskan untuk menjadi pelanggan produk Kosmetik Wardah karena kualitas produk yang baik dan menyediakan kebutuhan Kosmetik saya ...	88
Tabel 4. 29 Saya membeli produk Wardah karena kualitas yang baik	89
Tabel 4. 30 Indikator Keputusan Pembelian (Y).....	90
Tabel 4. 31 Uji Validitas	91
Tabel 4. 32 Uji reliabilitas Variabel Label Halal (X1).....	93

Tabel 4. 33 Uji Kolmogrov-Smirnov	96
Tabel 4. 34 Uji Multikolinearitas	98
Tabel 4. 35 Uji Regresi Linier Berganda	99
Tabel 4. 36 Uji Sinifikasi Parsial (Uji t)	101
Tabel 4. 37 Uji F	103
Tabel 4. 38 Koefisiensi Determinasi (R^2)	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Uji Normalitas pendekatan Histogram.....	94
Gambar 4. 2 Pendekatan Grafik Normal Probability Plot.....	95
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas Pendekatan Scatter Plot.....	97



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 JUDUL SURVEI PRA PENELITIAN	115
Lampiran 2 KUISIONER PENELITIAN	117
Lampiran 3 Jawaban Pertanyaan 171 Responden Variabel Label Halal (XI)	121
Lampiran 4 Jawaban Pertanyaan 171 Responden Variabel Kualitas Produk (X2)	126
Lampiran 5 Jawaban Pertanyaan 171 Responden Variabel Harga (X3).....	131
Lampiran 6 Jawaban Pertanyaan 171 Responde Variabel Keputusan Pembelian (Y)	136
Lampiran 7 Data Uji Validitas Variabel Label Halal (X1)	141
Lampiran 8 Data Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)	142
Lampiran 9 Data Uji Validitas Variabel Harga (X3)	144
Lampiran 10 Data Uji Vliditas Keputusan Pembelian (Y)	145
Lampiran 11 Formulir Pengajuan Judul	146
Lampiran 12 Formulir Persetujuan Judul Skripsi	147
Lampiran 13 Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing	149
Lampiran 14 Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing 2	151
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup	153

BAB I

PENDAHULUAN

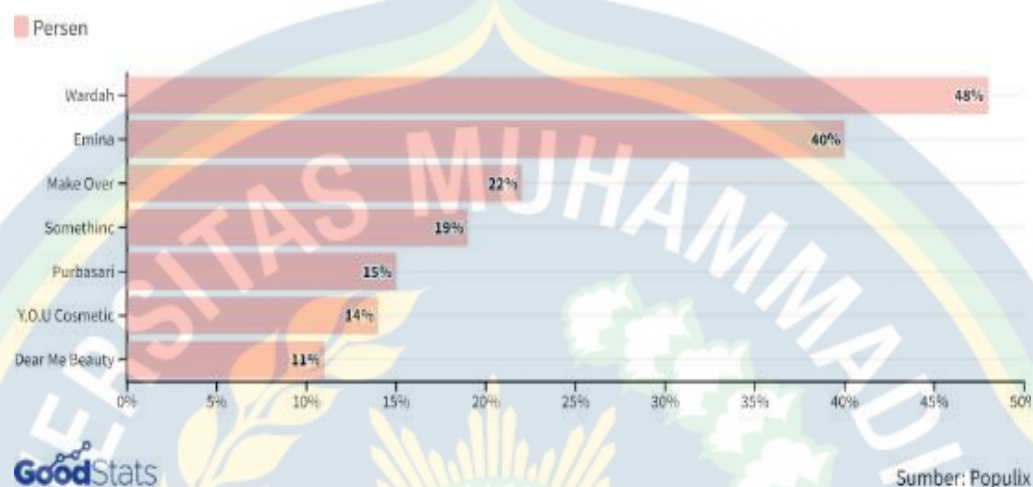
1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah pasar kosmetik yang skala pasarnya sangat besar sehingga prospek bisnisnya sangatlah luas. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data jumlah yang didapat dari sensus penduduk yaitu menyatakan jumlah penduduk Indonesia hingga Desember 2020 mencapai 270.203.917 jiwa (Sensus.Bps).

Untuk mampu bersaing dan memuaskan konsumen tentunya suatu brand harus mempunyai keunggulan kompetitif dibandingkan dengan *brand* pesaing serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pihak perusahaan kosmetik dituntut lebih berhati-hati dalam menggali informasi mengenai preferensi konsumen dan mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Dengan brand yang sudah melekat pada memori konsumen, maka akan lebih mudah bagi perusahaan untuk menciptakan *customer satisfaction* terhadap konsumen.

Beberapa hal yang menarik perhatian masyarakat Indonesia terhadap merek kosmetik lokal antara lain seperti kualitas, inovasi, harga, serta *packaging* yang menarik. Survei yang dilakukan oleh Populix membeberkan daftar merek kosmetik lokal yang paling banyak digunakan pada tahun 2022 ini.

Tabel 1. 1
7 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia
Tahun 2022



Pada tabel 1.1 diatas terdapat tujuh merek Kosmetik lokal paling banyak digunakan di Indonesia tahun 2022, peringkat pertama berhasil diraih oleh merek Kosmetik lokal Wardah sebesar 48% responden, Posisi ke-2 diraih oleh merek kosmetik lokal Emina dengan total sebesar 40% responden, merek Kosmetik lokal Make Over menempati posisi ke-3 dengan total sebesar 22% responden, Something yang berhasil menduduki posisi ke-4 dengan total sebesar 19% responden, posisi ke-5 diraih oleh merek Purbasari dengan total 15% responden, Y.O.U Cosmetic berada di posisi ke-6 dengan total sebesar 14% dan Dear Me Beauty berhasil menyabet posisi ke-7 dengan total .sebesar 11%.

Meningkatnya pertumbuhan industri kosmetik setiap tahunnya, suatu perusahaan harus mampu menciptakan inovasi yang baru dan menarik sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Kosmetik yang bersertifikat halal

adalah suatu produk yang banyak dicari. Tidak hanya bersertifikasi halal, melainkan menjaga kualitas produk serta bahan-bahan yang dipakai menggunakan bahan yang tidak berbahaya, Serta telah memenuhi standar yang baik. Sehingga konsumen dapat tertarik karena aman dan nyaman dengan harga yang terjangkau.

Produk halal sangat penting, dan umat islam harus mempertimbangkannya. Kehalalan suatu produk menjadi patokan utama dalam pemilihan produk konsumsi khususnya kosmetik. Oleh karena itu keberadaan kosmetik halal menjadi solusi bagi wanita muslimah untuk tampil lebih cantik dengan bahan yang sesuai dengan syariat Islam (Achmad & Fikriyah, 2021).

Mengingat hal yang ini Kosmetik Wardah merupakan salah satu produk kecantikan dengan label halal sebagai jaminan kualitas yang dapat meningkatkan rasa percaya diri wanita muslimah karena Kosmetik Wardah menawarkan hal yang berbeda. Kosmetik Wardah juga telah mendapat sertifikat halal dari MUI. Dengan memuncullkan kosmetik yang inovatif keamanan produk dan kehalalan. Kosmetik berlabel halal tersebut memberi keuntungan bagi konsumen. Label halal melindungi konsumen dari keraguan atas produk tersebut dan memberi nilai tambah rasa aman dan kepastian kehalalan produk tersebut.

Tabel 1. 2
Top Brand Award

Lipstik BB Cream			BB Cream		
BRAND	TBI	TOP	BRAND	TBI	TOP
	2020			2020	
Wardah Rp 57.000	33.5%	TOP	Wardah Rp 57.000	31.0%	TOP
Revlon Rp 10.000	8.8%	-	Garnier Rp 19.000	11.6%	TOP
Maybelline Rp 30.000	6.1%	-	Maybelline Rp 87.000	10.1%	TOP
Pixy Rp 30.000	5.4%	-	L'Oreal Rp 18.000	6.6%	-
Viva Rp 15.000	4.1%	-	Olay Rp 45.000	5.1%	-

Bedak Muka Tabur			Blush On		
BRAND	TBI	TOP	BRAND	TBI	TOP
	2020			2020	

Wardah Rp 30.000	20.0%	TOP	Wardah Rp 53.000	22.2%	TOP
Marks Rp 17.000	18.3%	-	Maybelline Rp 25.000	16.9%	TOP
Viva Rp 6.000	6.6%	-	La Tulipe Rp 46.000	10.9%	TOP
Pixy Rp 27.000	5.2%	-	Revlon Rp 50.000	6.5%	TOP
Sariayu Rp 17.000	4.6%	-	Oriflame Rp 50.000	5.8%	TOP

Sumber : www.topbrand-award.com (diakses pada tanggal 11 Juli 2022)

Sejak tahun 2000, *Top Brand Award* telah menjadi *pioneer* dalam 5 indikator performa *merk* Indonesia dan memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. *Top Brand Award* dipilih berdasarkan hasil survei (TBI) yang dilakukan secara independen *Frontier Group*. Disini produk Kosmetik Wardah termasuk dalam *Top Brand Indeks* yaitu dengan pada kategori lipstik mempunyai presentase 33.5%. Kategori *BB Cream* mempunyai presentase 31.0%. Kemudian pada kateгоре Bedak Muka Tabur mempunyai presentase 22.0%. dan terakhir kategori *Blush On* mempunyai presentase 22.2%.

Hal tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas harus mencerminkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk yang

ditawarkan oleh Kosmetik Wardah merupakan produk yang aman artinya produk dibuat dari bahan dasar yang baik dan halal. Baik atau tidak kualitas produk berpusat pada konsumen, sehingga dapat dikatakan bahwa seorang penjual telah memberikan kualitas apabila produk yang dihasilkan telah memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Oleh karena itu selain label halal, pengaruh harga sangatlah penting untuk diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya produk dan jasa perusahaan. Salah menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yusnita Siregar dengan judul “Pengaruh *brand image* dan label halal terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah pada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan” hasil dari penelitian tersebut secara parsial ada pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan (Yunita Siregar 2016).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tri Widodo dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie” hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa labelisasi

halal dan harga adalah faktor yang paling penting mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Tri Widodo 2015).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Darwis Harahap dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Padangsidempuan” hasil dari penelitian tersebut bahwa labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Padangsidempuan (Darwis Harahap, 2018).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ulfatun Nihayah dengan judul “Pengaruh Label Halal dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim” hasil analisis koefisien determinasi yaitu variasi perubahan variabel minat beli (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas label halal (X1) dan citra merek (X2) sebesar 79,1%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain (Ulfatun Nihayah, 2014).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ryan Nur Harjanto dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Restoran Mamamia Cabang Mrican” hasil dari penelitian tersebut bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga, produk, kebersihan, dan kualitas pelayanan restoran Mamamia cabang Mrican terhadap kepuasan pelanggan (Ryan Nur Harjanto, 2010).

Harga (*price*) adalah jumlah uang yang bisa ditambah dengan beberapa barang jika mungkin yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi

dari barang beserta pelayanannya. Dari pengertian tersebut, harga bukan hanya nominal uang, tetapi bisa jadi juga barang, waktu dan tenaga yang diperoleh untuk mendapatkan kombinasi dari barang yang diinginkan dan atau dibutuhkan. Berdasarkan strategi penetapan harga, manajer harus menetapkan dulu tujuan penetapannya. Tujuan ini berasal dari perusahaan itu sendiri yang selalu berusaha menetapkan atau menyajikan barang atau jasa secepat mungkin (Hesty & Puspitasari, 2019).

Selain label halal dan harga, kualitas produk juga berpengaruh penting dalam keputusan pembelian. Adapun kualitas produk harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian menyangkut faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian suatu produk. berkaitan dengan ini peneliti akan mengangkat judul pada penelitian ini **“Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi kasus pada Masyarakat Kecamatan Cilincing)”**.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Sesuai latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat ditarik sebagai berikut:

1. Label halal berimplikasi kepada kepercayaan minat beli konsumen.
2. Kurangnya pemahaman sebagian masyarakat tentang kualitas produk.
3. Harga yang ditetapkan perusahaan kurang sesuai dengan pendapatan sebagian masyarakat.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah maka peneliti hanya membatasi dan membahas mengenai pengaruh Label halal, kualitas produk dan harga Kosmetik Wardah terhadap keputusan pembelian pada masyarakat kecamatan Cilincing.

1.2.3 Perumusan Masalah

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Kosmetik Wardah?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Kosmetik Wardah?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Kosmetik Wardah?
4. Apakah label halal, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Kosmetik Wardah?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana pengaruh label halal terhadap kepuasan pembelian produk Kosmetik Wardah.
2. Mengetahui kualitas produk label halal terhadap kepuasan pembelian produk Kosmetik Wardah.
3. Mengetahui harga terhadap keputusan pembelian produk Kosmetik Wardah.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah:

1) Bagi Akademik

Untuk menambah pemahaman dan peningkatan logika akademisi, dan dipercaya cenderung dimanfaatkan sebagai semacam referensi perspektif untuk eksplorasi lain, dan menambah informasi.

2) Bagi Mahasiswa

Menambah referensi dan pengalaman yang luas serta menumbuhkan wawasan mahasiswa yang terkait dengan label halal, kemudian harga dan pentingnya citra merek terhadap keputusan pembelian terhadap produk kosmetik halal.

3) Bagi Perusahaan

Kepada perusahaan supaya penelitian ini memberikan kontribusi untuk mengetahui betapa pentingnya pengaruh kualitas

pada produk, pentingnya label halal, dan pentingnya harga terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, D. N., & Fikriyah, K. (2021). Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. In *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* (Vol. 4, Issue 3). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- AMELIA, D. (2021). Analisis Struktur Kovarians Indeks Terkait Kesehatan untuk Lansia di Rumah, Berfokus pada Perasaan Subyektif Kesehatan. *1*(2), 298–310.
- Darwis, H. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Padangsidimpuan.
- Dia, P. S. (Skripsi 2020) IAIN Padangsidimpuan Pengaruh Labeliasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC (Studi Kasus Pada Konsumen KFC Padangsidimpuan). IAIN Padangsidimpuan
- Hesty, R., & Puspitasari, U. (2019). ANALISIS PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOSMETIK BERLABEL HALAL. In *Cetak) Business Management Analysis Journal (BMAJ)* (Vol. 2, Issue 1). Online.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, *6*(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>

Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kelle, K. L. *Manajemen Pemasaran*. Jilidi 1. Edisi 13, Erlangga 2009.

Kotler, Philip dan Kelle, K. L. *Manajemen Pemasaran*. Jilidi 2. Edisi 13, Erlangga 2009.

Nur, W. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen*.

Ryan, N. H. (2010). *Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*.

Sahir, S. H., Ramadhan, A., & Tarigan, E. D. S. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(031), 130.

Saprianti, R., & Nursanjaya, N. (2021). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Wardah Di Kota Lhokseumawe. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 168. <https://doi.org/10.29103/njiab.v4i2.4334>

Siti, S. R. (Skripsi 2018). *Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi pada Konsumen di Pajus Medan)*.

Sugiyono, P. D. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Tri, W. (Skripsi 2015). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie*. Universitas Muhamadiyah Surakarta

Ulfatun, N. (2014). *Pengaruh Label Halal dan Citr Merk Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim*.

Wahyu, B. U. (Skripsi 2013). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli Pada Outlet Wardah Griya Muslim AnNisa Yogyakarta*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Yunita, S. (2016). *Pengaruh brand image dan label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan*.

Zella, A. (Skripsi 2017). *Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

<https://www.paragon-innovation.com/>

<https://sensus.bps.go.id/login>

www.topbrand-award.com