

**PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL DAN KANDUNGAN
BAHAN HERBAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOSMETIK PERAWATAN KULIT PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UIN MALANG**

SKRIPSI

Oleh:

TIARA RISTRA DEWI

NIM 19930103



**PROGRAM STUDI FARMASI
FAKULTAS KEDOKTERAN DAN ILMU-ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2025**

**PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL DAN KANDUNGAN BAHAN
HERBAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK
PERAWATAN KULIT PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UIN
MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada: Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas
Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang Untuk Memenuhi Salah
Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Farmasi (S.Farm)**

PROGRAM STUDI FARMASI

**FAKULTAS KEDOKTERAN DAN ILMU-ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2025

**PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL DAN KANDUNGAN BAHAN
HERBAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK
PERAWATAN KULIT PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UIN
MALANG**

SKRIPSI

Oleh:

TIARA RISTRA DEWI

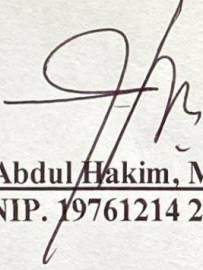
NIM. 19930103

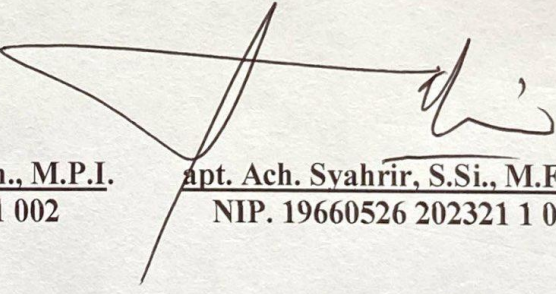
Telah diperiksa dan disetujui pada:

Tanggal :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


apt. Abdul Hakim, M. Farm., M.P.I.
NIP. 19761214 200912 1 002


apt. Ach. Syahrir, S.Si., M.Farm
NIP. 19660526 202321 1 001

Mengetahui

Ketua Program Studi Farmasi


apt. Abdul Hakim, M. Farm., M.P.I.
NIP. 19761214 200912 1 002

**PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL DAN KANDUNGAN BAHAN
HERBAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK
PERAWATAN KULIT PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UIN
MALANG**

SKRIPSI

Oleh:

TIARA RISTRA DEWI

NIM. 19930103

Telah dipertahankan di dewan penguji tugas Akhir dan
dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar sarjana Farmasi (S.Farm)

Tanggal:

Ketua Penguji : Apt. Novia Maulina, S.Farm, M.Farm
NIP. 19890305 20191120 2 257

Anggota Penguji : Apt. Abdul Hakim, M.P.I, M.Farm
NIP. 19761214 200912 1 002

: apt. Ach. Syahrir, S.Si., M.Farm
NIP. 19660526 202321 1 001

: Jauharuddin Luthfi Al Jabbar, M.Si
NIP. 19930408 2023211 017

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui
Ketua Program Studi Farmasi



Apt. Abdul Hakim, M.P.I, M.Farm
NIP. 19761214 200912 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Ristra Dewi

NIM : 19930103

Program Studi : Farmasi

Fakultas : Kedokteran dan Ilmu Kesehatan

Judul Penelitian : PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL DAN KANDUNGAN BAHAN HERBAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK PERAWATAN KULIT PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UIN MALANG

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan data, tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali dengan mencantumkan sumber cuplikan pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya menerima sanksi atau perbuatan tersebut.

Malang, 15 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Tiara Ristra Dewi

NIM. 19930103

MOTTO

وُسْعَهَا إِلَّا نَفْسًا اللَّهُ يُكَلِّفُ لَا

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."
(Q.S Al Baqarah: 286)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim walhamdulillahirobbil'alamin

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang”, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program studi Farmasi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan jenjang Strata- 1 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penulis menyadari bahwa terselesaikan penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis sehingga dapat menyelaikan penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin. MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Prof. Dr. dr. Yuyun Yueniwati P.W, M.Kes, Sp.Rad (K) selaku Dekan Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. apt. Abdul Hakim, M.P.I., M.Farm selaku Ketua Program Studi Farmasi Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. apt. Abdul Hakim, M.P.I., M.Farm dan apt. Ach. Syahrir, S.Si., M.Farm selaku pembimbing yang telah memberikan pengarahan, pengetahuan, bimbingan serta meluangkan waktu sehingga banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi.
5. apt. Novia Maulina, S.Farm selaku dosen penguji utama dan Jauharuddin Luthfi Al Jabbar, M.Si selaku penguji agama yang telah banyak memberi saran dan masukan terkait metode dan penulisan naskah skripsi ini.
6. Fidia Rizkiah Inayatilah, SST., M.Keb selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama perkuliahan.

7. Segenap dosen Program Studi Farmasi Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang atas ilmu pengetahuan yang dengan ikhlas diajarkan kepada penulis
8. Kedua Orang Tua penulis, Papa Lebby Suryono dan Mama Andarwati, orang tua yang selalu membimbing, menasehati, menyayangi, mendukung, dan mendo'akan penulis hingga sampai pada titik ini.

Demikian skripsi ini penulis susun dengan sebaik-baiknya. Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah turut membantu dalam proses penyusunan naskah skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Malang, 10 Juni 2025

Penulis

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT serta shalawat kepada Rasulullah SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

Dengan rasa syukur yang teramat dalam penulis ucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya dan penulis persembahkan karya tulis ini kepada kedua orang tua tersayang yaitu Papa Lebby Suryono dan Mama Andarwati yang tidak henti memberikan doa, dorongan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada dosen pembimbing bapak apt. Abdul Hakim, M.P.I., M.Farm dan apt. Ach. Syahrir, S.Si., M.Farm yang telah meluangkan waktunya, memberikan bimbingan, masukan, saran, dan banyak pelajaran bagi penulis.

Ucapan terima kasih juga tak lupa penulis ucapkan kepada seluruh teman yang turut mendoakan dan memberi semangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah berperan penting dalam menyelesaikan skripsi dan semua pihak yang telah terlibat dan berperan penting dalam hidup penulis. Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua.

Aamiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
مستخلص البحث.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Persepsi.....	12
2.2 Kosmetik	13
2.2.1 Penggolongan Kosmetika.....	14
2.3 Bahan Herbal.....	15
2.3.1 Pengertian Bahan Herbal.....	15
2.3.2 Kosmetik Bahan Herbal	18
2.3.3 Tanaman Indonesia untuk kosmetik herbal.....	18
2.4 Skincare	22
2.4.1 Formulasi kosmetik perawatan kulit secara umum	24
2.4.2 Bahan pengisi yang harus dicurigai kehalalannya	26
2.5 Konsep Halal	27
2.5.1 Produk Halal.....	29
2.5.2 Label Halal	30
2.5.3 Sertifikasi Halal.....	33
2.6 Keputusan Pembelian	37
2.7 Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang.....	40
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL.....	43
3.1 Bagan Kerangka Konseptual	43
3.2 Uraian Kerangka Konseptual	44
3.3 Hipotesis.....	45
BAB IV METODE PENELITIAN	47
4.1 Jenis dan Rancangan Penelitian	47
4.2 Waktu dan Tempat Penelitian	47
4.3 Populasi dan Sampel	47
4.3.1 Populasi	47

4.3.2	Sampel.....	47
4.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	49
4.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	49
4.5.1	Variabel Penelitian	49
4.5.2	Definisi Operasional.....	49
4.5.3	Konstruk Penelitian.....	51
4.6	Alat dan Bahan Penelitian	57
4.7	Instrumen Penelitian.....	57
4.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.9	Prosedur Penelitian.....	58
4.10	Analisis Data	59
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		65
5.1	Uji Instrumen Penelitian.....	65
5.1.1	Uji Validitas	65
5.1.2	Uji Reliabilitas.....	68
5.2	Demografi Responden.....	70
5.2.1	Demografi responden berdasarkan jenis kelamin	70
5.2.2	Demografi responden berdasarkan usia	71
5.2.3	Demografi responden berdasarkan jurusan	72
5.3	Uji Analisis Bivariat Variabel Penelitian	74
5.3.1	Uji Normalitas	74
5.4	Pengaruh Faktor Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik skincare pada Mahasiswa FE UIN Malang.....	75
5.5	Pengaruh Faktor Persepsi Kandungan Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik skincare pada Mahasiswa FE UIN Malang.....	80
5.6	Pengaruh Faktor Persepsi Label Halal, dan Kandungan Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik skincare pada Mahasiswa FE UIN Malang.....	85
5.7	Integrasi Sains dan Islam.....	90
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		92
6.1	Kesimpulan.....	94
6.2	Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA		95

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Konstruk penelitian	51
Tabel 4.2 Skala likert.....	60
Tabel 4.3 Klasifikasi TCR.....	62
Tabel 5.1 Hasil uji validitas kuesioner variabel persepsi label halal terhadap keputusan pembelian.....	66
Tabel 5.2 Hasil uji validitas kuesioner variabel persepsi kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian	67
Tabel 5.3 Hasil uji validitas kuesioner variabel persepsi label halal dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian.....	68
Tabel 5.4 Hasil uji reliabilitas kuesioner variabel persepsi label halal terhadap keputusan pembelian.....	69
Tabel 5.5 Hasil uji reliabilitas kuesioner variabel persepsi kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian	69
Tabel 5.6 Hasil uji reliabilitas kuesioner variabel persepsi label halal dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian	70
Tabel 5.7 Data Demografi responden berdasarkan jenis kelamin	71
Tabel 5.8 Data demografi responden berdasarkan usia.....	72
Tabel 5.9 Data demografi responden berdasarkan jurusan	73
Tabel 5.10 Hasil Uji Normalitas.....	75
Tabel 5.11 Hasil Persentase Jawaban Responden tentang Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian	75
Tabel 5.12 Hasil Uji t Variabel Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Skincare pada Mahasiswa FE UIN Malang	79
Tabel 5.13 Hasil Persentase Jawaban Responden tentang Persepsi Kandungan Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 5.14 Hasil Uji t Variabel Persepsi Kandungan Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian Skincare pada Mahasiswa FE UIN Malang	84
Tabel 5.15 Hasil persentase jawaban persepsi label halal, dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian skincare pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang	85
Tabel 5.16 Hasil Uji F Variabel Persepsi Label Halal dan Kandungan Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian Skincare pada Mahasiswa FE UIN Malang	88
Tabel 5.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Informed Consent	99
Lampiran 2 - Kuesioner.....	100
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian.....	104
Lampiran 4. Sertifikat Etik Penelitian.....	105
Lampiran 5. Uji Validitas	106
Lampiran 6. Uji Reliabilitas	109
Lampiran 7. Uji Normalitas	111
Lampiran 8. Tabel T	112
Lampiran 9. Hasil Uji t.....	113
Lampiran 10. Tabel F	114
Lampiran 11. Hasil Uji F.....	115
Lampiran 12. Hasil Uji R2	116
Lampiran 13. Representasi Data Responden Berdasarkan Data Tiap Jurusan..	117
Lampiran 14. Data Diri Responden.....	118
Lampiran 15. Hasil Distribusi Jawaban Responden Instrument Label Halal ...	122
Lampiran 16. Hasil Distribusi Jawaban Responden Instrument Kandungan Bahan Herbal	129
Lampiran17. Hasil Distribusi Jawaban Responden Instrumen Keputusan Pembelian.....	134
Lampiran 18. Diagram TCR%	139
Lampiran 19. Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner.....	141

DAFTAR SINGKATAN

BPJPH	: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal
BPOM	: Badan Pengawas Obat dan Makanan
FKIK	: Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
KBBI	: Kamus Besar Bahasa Indonesia
LPPOM MUI	: Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika
MUI	: Majelis Ulama Indonesia
S1	: Strata 1
SPSS	: Statistical Product and Service Solution
UIN	: Universitas Islam Negeri
UU	: Undang – Undang
WHO	: World Health Organization

ABSTRAK

Dewi, Tiara Ristra. 2025. Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang. Skripsi. Jurusan Farmasi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing 1: apt. Abdul Hakim, M.P.I., M.Farm. Pembimbing 2: apt. Ach. Syahrir, S.Si., M.Farm

Pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia meningkat pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk perawatan kulit yang tidak hanya mempercantik penampilan, tetapi juga aman, bernilai religius, dan berbahan herbal. Khususnya bagi konsumen Muslim, aspek kehalalan produk menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi terhadap label halal dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang, dengan metode survei dan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan di analisis menggunakan uji regresi linier berganda. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria pengguna aktif kosmetik perawatan kulit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi terhadap label halal secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,028 < 0,05$. Persepsi terhadap kandungan bahan herbal juga berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, kedua variabel memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: persepsi, label halal, bahan herbal, keputusan pembelian, kosmetik, mahasiswa

ABSTRACT

Dewi, Tiara Ristra. 2025. The Influence of Halal Label and Herbal Ingredient Perception on Consumer's Decision In Purchasing Skin Care Cosmetics Among Students of Faculty of Economics, UIN Malang. Undergraduate Thesis. Department of Pharmacy, Faculty of Medicine and Health Sciences, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Supervisor I: apt. Abdul Hakim, M.P.I., M.Farm. Supervisor II: apt. Ach. Syahrir, S.Si., M.Farm

The growth of the cosmetics industry in Indonesia is increasing rapidly along with the increasing public need for skin care products that enhance appearance, are safe, and follow their values. For Muslim consumers, the halal aspect of the product is an important factor in purchasing decisions. The research aims to analyze the effect of halal labels and herbal ingredient perception on consumers purchasing skin care cosmetics. The research population consisted of Faculty of Economics, UIN Malang students. The research employed a survey method and a quantitative approach. Data were collected using a Likert scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression tests. The researcher used a purposive sampling technique in choosing 100 respondents with the criteria of active users of skin care cosmetics. The results showed that the perception of halal labels and herbal ingredients partially and simultaneously significantly influenced purchasing decisions. The findings emphasize the importance of halal labels and natural ingredients as marketing strategies. The results of the study show that the perception of the halal label has a partially significant influence on purchasing decisions, with a significance value of $0.028 < 0.05$. The perception of herbal ingredient content also has a significant influence, with a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, both variables have a significant effect on purchasing decisions, with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keyword: perception, halal label, herbal ingredients, purchasing decision, cosmetics, students

مستخلص البحث

ديوي، تيارا ريسترا. 2025. تأثير تصور علامة الحلال ومحتوى المكونات العشبية على قرار شراء مستحضرات العناية بالبشرة لدى طالبات كلية الاقتصاد بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية. البحث الجامعي. قسم الصيدلة، كلية الطب والعلوم الصحية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. الإشراف. 1: عبد الحكيم الماجستير، 2: أحمد شهري الماجستير

نما صناعة مستحضرات التجميل في إندونيسيا بشكل سريع مع تزايد حاجة المجتمع إلى منتجات العناية بالبشرة التي لا تقتصر على تحسين المظهر فحسب، بل تكون أيضاً آمنة ومتوافقة مع القيم المتبناة. وخاصة بالنسبة للمستهلكات المسلمات، تصبح جوانب حلالية المنتج عاملاً مهماً في اتخاذ قرار الشراء. يهدف هذا البحث إلى تحليل تأثير التصورات المتعلقة بملصقات الحلال والمكونات العشبية على قرارات شراء مستحضرات العناية بالبشرة. تتمثل عينة البحث في طالبات كلية الاقتصاد بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج، باستخدام أسلوب المسح ومنهج كمي. تم جمع البيانات باستخدام الاستبانة بمقياس ليكرت وتم تحليلها باستخدام اختبار الانحدار الخطي المتعدد. بلغ عدد المستجيبات اللواتي شاركن في هذا البحث 100 شخص تم اختيارهن باستخدام تقنية العينة الهادفة بناءً على معايير مستخدمي مستحضرات العناية بالبشرة النشطة. أظهرت نتائج البحث أن التصور تجاه علامة الحلال والمكونات العشبية له تأثير كبير على قرارات الشراء، سواء بشكل جزئي أو متزامن. تشير نتائج البحث إلى أن التصور تجاه العلامة الحلال له تأثير معنوي جزئي على قرار الشراء، بقيمة دلالة تبلغ $0.028 < 0.05$. كما أن التصور تجاه محتوى الحلال المكونات العشبية له تأثير معنوي أيضاً، بقيمة دلالة تبلغ $0.000 < 0.05$. وبشكل متزامن، فإن كلا المتغيرين لهما تأثير معنوي على قرار الشراء، بقيمة دلالة تبلغ $0.000 < 0.05$.

الكلمات الرئيسية: تصور، علامة حلال، مواد عشبية، قرار شراء، مستحضرات تجميل، طالبات

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan merupakan hasrat atau keinginan manusia untuk memiliki dan menikmati dari suatu barang atau jasa (Kotler Keller, 2012). Kebutuhan setiap orang akan berbeda-beda disesuaikan dengan keadaan, lingkungan, usia, bahkan jenis kelamin. Kebutuhan laki-laki maupun perempuan pasti berbeda, setiap orang akan dihadapkan pada berbagai pilihan dalam mengkonsumsi kebutuhan sehari-hari. Salah satu kebutuhan yang sering digunakan laki-laki dan perempuan adalah kosmetik.

Dalam kehidupan manusia kecantikan memiliki peran yang sangat besar, karena manusia mempunyai kemampuan untuk merasakan, menguasai, sekaligus menikmati kecantikan. Islam merupakan agama yang wasathi atau moderat yang mana risalah Islamiyahnya tidak mungkin sampai menghilangkan manusia dari sisi manusianya. Memakai pakaian yang indah, berdandan dan berhias, serta makan makanan yang lezat-lezat yang dihalalkan Allah adalah merupakan kesenangan dan kegembiraan manusia. Agama Islam memperbolehkannya selama tidak bertentangan dengan hukum Allah, sebagai mana disebutkan di dalam Al-Quran surat Al-A'raf ayat 32:

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادَةٍ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ ءَامَنُوا فِي الْحَيَاةِ
الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَمَةِ ۗ كَذَلِكَ نَفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ

Artinya: Katakanlah: "Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezeki yang baik?" Katakanlah: "Semuanya itu (disediakan) bagi

orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk mereka saja) di hari kiamat". Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui.

Majelis Ulama Indonesia mengatakan bahwa memakai kosmetik diperbolehkan selama halal dan tidak digunakan untuk maksiat. Dalam tafsir Al-Muyassar (Kementrian Agama Saudi Arabia) menjelaskan tentang ayat tersebut : Katakanlah (wahai Rasul) kepada orang-orang musyrik yang bodoh itu, “Siapakah yang telah mengharamkan atas kalian pakaian yang baik yang telah Allah jadikan perhiasan bagi kalian? Siapakah yang telah mengharamkan atas kalian untuk menikmati rizki Allah yang halal lagi baik itu?” Katakanlah (wahai Rasul) kepada mereka, “Sesungguhnya pakaian, makanan, dan minuman yang baik yang telah Allah halalkan adalah hak bagi orang-orang yang beriman di dunia, dan juga orang-orang selain mereka, dan hanya khusus untuk orang-orang beriman pada hari Kiamat.” Demikian itulah Allah menjelaskan ayat-ayat-Nya bagi kaum yang mengetahui penjelasan dan memahami perbedaan berdasarkan penjelasan dalam Tafsir Al-Muyassar di atas, dapat dipahami bahwa segala bentuk perhiasan dan kenikmatan duniawi yang halal, termasuk dalam hal ini penggunaan kosmetik, diperbolehkan dalam Islam. Kosmetik merupakan bagian dari "pakaian yang baik" dan "perhiasan" yang Allah ciptakan sebagai sarana untuk berhias dan menjaga penampilan. Namun, penggunaannya harus tetap berada dalam batas syariat, yaitu menggunakan produk yang halal, tidak mengandung bahan najis atau haram, serta tidak digunakan untuk tujuan yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam seperti pamer (riya’) atau menarik perhatian nonmahram.

Mempercantik diri demi keindahan bukanlah hal yang dilarang dalam Islam,

bahkan menjadi fitrah bagi manusia khususnya bagi para kaum hawa. Disebutkan dalam riwayat muslim dalam kitab tahriirul mar'ah bab haqqul tajammal bahwa Rosulullah Saw bersabda: Artinya: “Dari Abdullah bin Mas'ud dari Nabi shallahu 'alaihi wa sallam, Beliau bersabda, "Tidak masuk surga orang yang dalam hatinya terdapat kesombongan meskipun sebesar debu," lalu ada seorang yang berkata, "Sesungguhnya seseorang suka jika pakaiannya indah dan sandalnya bagus," maka Beliau bersabda, "Sesungguhnya Allah indah dan menyukai keindahan. Sombong adalah menolak kebenaran dan merendahkan manusia." (HR. Muslim)

Hadist ini menegaskan bahwa tidak melarang dalam berhias dengan pakaian, sepatu, tas, kosmetik ataupun aksesoris lainnya, karena sesungguhnya Allah itu indah dan Allah menyukai keindahan. Meskipun kecantikan dan keindahan merupakan hal yang fitrah dan tidak terlarang dalam Islam. Namun untuk mencapai kemaslahatan, Islam memberikan aturan dengan batasan yang pasti dari berdandan yakni tidak dengan menghambur-hamburkan uang dan membuang waktu.

Dalam perspektif Islam, penggunaan kosmetik diperbolehkan sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariat. Imam An-Nawawi, seorang ulama besar dari mazhab Syafi'iyah, dalam kitabnya Al-Majmu' Syarh al-Muhadzdzab menjelaskan bahwa: “Diperbolehkan bagi perempuan memakai wewangian, kosmetik, dan perhiasan di hadapan suaminya, namun haram ditampakkan kepada laki-laki non-mahram.” (Al-Majmu' Syarh al-Muhadzdzab, Jilid 3)

Penjelasan ini menunjukkan bahwa Islam tidak melarang perempuan untuk merawat diri dan berhias, bahkan menganjurkannya dalam konteks yang sesuai, seperti di hadapan suami atau saat berkumpul bersama sesama perempuan. Namun,

batasan tetap diberikan agar tidak menimbulkan fitnah atau pelanggaran terhadap etika berpakaian dan perilaku dalam ruang publik. Dalam konteks sains modern, terutama dalam industri kosmetik, terdapat kesadaran konsumen Muslim terhadap kehalalan produk serta keamanan bahan yang digunakan. Hal ini memunculkan kebutuhan akan produk kosmetik yang tidak hanya efektif secara ilmiah (misalnya dengan bahan herbal alami), tetapi juga sesuai dengan standar syariah. Perpaduan antara ilmu pengetahuan dan nilai-nilai Islam ini tercermin dalam meningkatnya permintaan terhadap kosmetik halal dan berbahan herbal alami. Kosmetik halal berarti bebas dari bahan najis (seperti lemak babi atau alkohol yang memabukkan), sedangkan bahan herbal lebih dipercaya sebagai bahan yang aman, alami, dan minim risiko efek samping.

Islam tidak hanya memerintahkan manusia untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik saja, tetapi kosmetik atau suatu yang digunakan untuk diri kita juga harus mengandung kehalalan pada bahan yang digunakan maupun proses pembuatannya (Rismananda dkk, 2021). Menurut Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), kosmetik wajib halal karena biasa digunakan untuk sehari-hari. Sehingga menempel di kulit dan akan terbawa saat melakukan ibadah shalat. Ketika shalat, seseorang harus terbebas dari najis. Apabila kosmetik tersebut mengandung najis maka shalat menjadi tidak sah karena adanya najis yang menempel di tubuh.

Dilihat dari sisi hukum Islam. Dampak apabila memakai kosmetik tidak halal, atau kosmetik yang bercampur dengan bahan haram, maka hukumnya haram digunakan. Sesuai dengan kaidah fiqih yang menjelaskannya “Setiap yang haram bercampur dengan yang halal dan tidak bisa dibedakan atau dipisah keduanya,

maka semuanya haram (Anwar, 2021). Rasulullah SAW, “Tidak boleh melakukan yang mudharat dan mendatangkan mudharat”. Apabila masih menggunakan produk kosmetik yang belum bersertifikasi halal maka layak untuk diwaspadai. Alangkah lebih baik jika menggunakan produk kosmetik yang sudah memiliki sertifikat halal. Karena hal ini sejalan dengan hadis Rasulullah SAW, yaitu “Tinggalkan apa yang meragukan kepada yang tidak meragukan” (Lubis, 2021).

Seiring dengan berkembangnya zaman, kosmetik seolah menjadi kebutuhan prioritas untuk memperindah penampilan baik bagi laki-laki maupun perempuan. Dengan kemajuan teknologi dan media sosial membuat kaum wanita maupun pria berlomba-lomba untuk memperbaiki penampilannya sehingga mendorong kosmetik dalam peralihan tingkatan dari level pelengkap menjadi level yang lebih diprioritaskan. Hal tersebut tentunya berdampak positif pada peningkatan jumlah produksi kosmetik di industri kosmetik. Industri kosmetik nasional mencatatkan kenaikan pertumbuhan 20% atau empat kali lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017 (Kementrian Perindustrian, 2018). Kementrian perindustrian telah menempatkan industri kosmetik sebagai sektor andalan sebagaimana tertuang dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) tahun 2015-2035 (Nuning S Barwa, dkk. 2013). Perusahaan Kosmetika Indonesia (Perkosmi) mengatakan pasar kosmetik kini tidak hanya di dominasi perempuan karena kaum pria juga banyak yang membeli produk kosmetik dan perawatan kulit (Nuning S Barwa, dkk. 2013).

Dengan peningkatan yang semakin tinggi membuat industri kosmetik berlomba-lomba dalam memunculkan inovasi. Hal ini yang menjadi alasan penulis meneliti kosmetik perawatan kulit, karena tidak semua orang memakai kosmetik

dekoratif, terutama laki-laki, tetapi jika kosmetik perawatan kulit sebagian laki-laki memakai untuk mendukung kesehatan kulit.

Membanjirnya produk kosmetik dengan berbagai inovasi mempengaruhi minat konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah suatu proses dalam menentukan kebutuhan sesuai dengan keadaan meliputi menganalisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian. Mengacu pada teori Kotler dan Keller (2016) bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ada 4, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

Sebagai salah satu negara muslim terbesar, kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal bukan hanya formalitas belaka akan tetapi memang dicari dan dibutuhkan, salah satunya kosmetik berlabel halal. Dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, menyisipkan pasal yang mewajibkan pelaku usaha mikro dan kecil untuk memiliki sertifikat halal bagi produk olahannya. Label halal pada produk kosmetik dapat melindungi produsen dari tuntutan bahan dan proses yang tidak halal pada produk tersebut, melindungi konsumen dari keraguan terhadap produk tersebut dan menambah nilai rasa aman dan kepastian kehalalan produk tersebut. Itulah sebabnya label halal menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Hubungan label halal terhadap keputusan pembelian *skincare* sendiri pernah diteliti oleh Fany Rosdiana dkk (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Label Halal dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Garnier pada Borma Toserba di Bandung“. Dalam penelitiannya tersebut menunjukkan hasil bahwa penilaian terhadap adanya label halal tergolong

berpengaruh cukup baik. Sedangkan menurut Rachma Rizqina dkk (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare*” tersebut menunjukkan hasil penelitian bahwa logo halal memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare*.

Perkembangan kosmetik herbal di Indonesia berkembang pesat. Industri kosmetik merupakan salah satu prioritas yang memegang peranan utama dalam perekonomian Indonesia. Hal ini dikarenakan Indonesia memiliki kekayaan bahan kecantikan alami dan jumlah penduduk mencapai 260 juta jiwa dan sebagian besar wanita lebih memilih produk alami dibandingkan produk sintetis untuk meningkatkan kecantikan dan kesehatan mereka. Data valid dari Kementerian Perindustrian Indonesia menunjukkan penjualan kosmetik pada tahun 2012 mencapai 688,7 juta USD, pada tahun 2013 naik menjadi 795,2 juta USD yang berarti terjadi peningkatan sebesar 15 persen. Sementara itu nilai pasar kosmetik pada tahun 2014 mencapai 4,2 miliar USD dan pada tahun 2015 tumbuh sebesar 9% menjadi 4,6 miliar USD. Selain itu, Indonesia merupakan salah satu pemasok bahan baku herbal terkemuka dunia dan produk kosmetik terbesar di dunia, dengan pangsa pasar Indonesia di dunia mencapai 13% atau 2 miliar USD pada tahun 2007. Permintaan pasar impor dunia untuk produk obat dan kosmetik meningkat pesat, rata-rata 17% dan 15% setiap tahunnya. Industri kosmetik herbal di Indonesia mempunyai peluang besar untuk menjadi salah satu negara terbesar karena peluang pasarnya yang cukup besar (Wathoni dkk, 2018).

Tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat ini semakin dimanfaatkan oleh peluang perusahaan di bidang kosmetik khususnya industri farmasi. Industri

kosmetik harus paham betul mengenai kebutuhan konsumen, karena konsumen akan semakin cerdas dan bijaksana dalam memilih produk-produk yang memiliki nilai manfaat yang baik seperti produk ramah lingkungan dan aman jika digunakan. Sejak tahun 2021 kosmetik dengan menggunakan kandungan bahan herbal sedang menjadi trend yang banyak diminati di Indonesia. Salah satunya dengan memasukkan bahan alami utuh berupa helai-helai atau bunga atau helai daun suatu tanaman kedalam larutan kosmetik. Sehingga selain penambahan ekstrak untuk menutrisi kulit penambahan bahan alami atau bahan herbal dapat menambah nilai estetika dari suatu produk tersebut (Netty, 2021). Saat ini tren yang sedang digemari adalah kembali ke alam dan menggunakan tanaman herbal sebagai bahan utama formulasi perawatan kulit karena bahan alami lebih biokompatibel terhadap tubuh dibandingkan bahan sintetis. Bahan sintetis dalam produk kosmetik dapat menimbulkan efek berbahaya terutama jika digunakan dalam jangka panjang, termasuk atrofi, karsinogenesis, dan okronosis. Kosmetik dari sumber alami dianggap lebih ramah lingkungan, lebih baik, dan lebih aman. Tanaman sebagai salah satu sumber alami bahan kosmetik dapat digunakan untuk mensintesis beberapa bahan anorganik yang bermanfaat yang biasa disebut dengan sintesis hijau (Wathoni, 2018). Terdapat penelitian terdahulu terkait pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk herbal yang berjudul “Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12” menunjukkan hasil bahwa persepsi konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk herbal skincare SR12.

Berdasarkan data demografi penelitian Masrul (2020) menunjukkan bahwa

pengguna kosmetik dan skincare paling banyak pada rentang usia 18-25 tahun dengan persentase 39% dan tingkat pendidikan paling banyak yaitu mahasiswa atau sarjana dengan persentase 72%. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian dengan sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang.

Selain itu penelitian ini mengambil obyek penelitian kosmetik pada mahasiswa didasarkan pada pencarian informasi di situs resmi milik Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dalam beberapa postingannya terdapat artikel kegiatan mahasiswa yang relevan dengan penelitian ini yakni beauty class (kelas kecantikan). Dituliskan bahwa pada tahun 2023 Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) Perbankan Syariah kembali menyelenggarakan *Islamic Banking Family* (IBF) 2023. Kegiatan merupakan rangkaian kegiatan PBAK (Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan) di tingkat Program Studi yang telah rutin dilaksanakan setiap tahun. Dalam penambahan informasi dilakukan wawancara terhadap salah satu mahasiswa Fakultas Ekonomi dengan inisial SAR pada bulan Mei 2024. Dalam hasil wawancara, narasumber menjelaskan bahwa Fakultas Ekonomi sangat memperhatikan penampilan dilihat dari adanya jadwal dalam berbusana, fasilitas kelas kecantikan dan bahkan beberapa dosen yang meminta mahasiswanya untuk selalu terlihat fresh dengan menggunakan make up.

Oleh karenanya dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang” dengan populasi sampel yang akan diambil dari mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang. Pada fakultas ini, mahasiswa juga diminta agar

selalu berpenampilan rapi dan memperhatikan penampilan untuk menunjang performa. Hal ini bertujuan untuk melatih mahasiswa ketika nanti telah terjun kedalam dunia kerja yang akan bertemu dengan banyak orang terutama jika menempati posisi sebagai resepsionis. Oleh sebab itu mahasiswa dan lulusan fakultas ini selalu terbiasa tampil rapi dan modis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis dapat mengidentifikasi adanya masalah-masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang?
2. Apakah persepsi kandungan bahan herbal berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang?
3. Apakah persepsi label halal dan kandungan bahan herbal berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan yang dikemukakan, maka tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas

Ekonomi UIN Malang

3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi label halal dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, sebagai syarat memperoleh gelar strata 1 (S.Farm) pada Jurusan Farmasi Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan (FKIK) di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bagi Akademis, hasil penelitian ini dapat menambah literatur serta referensi yang dapat dijadikan sebagai bahan tambahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan serupa.
3. Bagi Industri, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan, pedoman dan acuan dalam menjalankan bisnis dan strategi pemasaran di bidang farmasi utamanya kepada sektor industri kosmetik.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana sensasi adalah aktifitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi juga dapat didefinisikan sebagai tanggapan yang cepat dari indra penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu semua, persepsi akan timbul.

Menurut Stanton dalam buku Etta Mamang Sangadji berjudul *Perilaku Konsumen* “persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli (ransangan ransangan) yang kita terima melalui lima indra.” Hawkins dan Coney juga berpendapat bahwa “persepsi adalah proses bagaimana stimuli itu diseleksi, diorganisasi dan diinterpretasikan.”

Persepsi kita dibentuk oleh: (Sangadji, 2013)

1. Karakteristik dari stimuli
2. Hubungan stimuli dengan sekelilingnya
3. Kondisi-kondisi di dalam diri kita sendiri

Persepsi adalah serangkaian tindakan setelah menerima ransangan yang diubah menjadi informasi dan disimpan dalam memori. Model proses informasi memiliki empat tahap atau tingkatan, yaitu tayangan, perhatian, mengartikan, dan penyimpanan. Tiga tahap pertama dari proses tersebut menjadi faktor yang membangun persepsi (Rangkuti, 2009).

Stimulus adalah setiap bentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda. Oleh karena itu, persepsi memiliki sifat sbjektif. Persepsi

yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, satu hal yang perlu diperhatikan dari persepsi adalah bahwa persepsi secara substansial bisa sangat berbeda dengan realitas (Sangadji, 2013).

Persepsi konsumen berkaitan erat dengan kesadarannya yang subjektif mengenai realitas, sehingga apa yang dilakukan seorang konsumen merupakan reaksi terhadap persepsi subjektifnya, bukan berdasarkan realitas yang objektif. Jika seorang konsumen berfikir mengenai realitas, itu bukanlah realitas yang sebenarnya, tetapi merupakan pikirannya mengenai realitas yang akan memengaruhi tindakannya, seperti keputusan membeli.

2.2 Kosmetik

Industri farmasi memegang peranan penting dalam sediaan farmasi. Salah satu jenis sediaan farmasi yang sering digunakan masyarakat yaitu kosmetik. Kosmetik merupakan suatu kebutuhan utama pada era ini untuk mempercantik dan mendukung penampilan baik bagi pria dan wanita agar merasa lebih percaya diri terlebih pada suatu acara tertentu. Kosmetik dikenal manusia sejak berabad-abad yang lalu. Pada abad ke-19 pemakaian kosmetik mulai mendapat perhatian, yaitu selain untuk kecantikan juga untuk kesehatan (Fatma L, 2013).

Kosmetik merupakan bahan yang digunakan pada tubuh manusia bagian luar digunakan pada wanita dan pria untuk mengubah penampilan, menghilangkan bau badan, memelihara tubuh, meningkatkan kecantikan, dan menyamarkan penampilan. Menurut Peraturan Kepala Badan POM RI Nomor 19 Tahun 2015 pengertian kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar), atau gigi dan membran mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan memperbaiki bau badan atau melindungi

atau memelihara tubuh pada kondisi baik. (Retno H, 2017).

2.2.1 Penggolongan Kosmetika

1. Penggolongan Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI (Tranggono, dalam Suhartini, dkk., 2013) kosmetik dibagi dalam 12 macam, yaitu :

- a. Kosmetik untuk bayi, misalnya, minyak bayi, bedak bayi, dan sebagainya
- b. Kosmetik untuk mandi, misalnya sabun mandi, bath capsule, dan sebagainya
- c. Kosmetik untuk mata, misalnya mascara, eye shadow, dan sebagainya
- d. Wangi-wangian, misalnya parfum, toilet water, dan sebagainya
- e. Kosmetik untuk rambut, misalnya cat rambut, hair spray, dan sebagainya
- f. Make up, (kecuali mata) misalnya bedak, lipstik, dan sebagainya
- g. Kosmetik untuk kebersihan mulut, misalnya pasta gigi, mouth washes, dan sebagainya
- h. Kosmetik kebersihan badan, misalnya deodorant, dan sebagainya
- i. Kosmetik untuk perawatan kuku, misalnya cat kuku, lotion kuku, dan sebagainya
- j. Kosmetik perawatan kulit, misalnya pembersih, pelembab, pelindung dan sebagainya
- k. Kosmetik untuk cukur, misalnya, sabun cukur, dan sebagainya
- l. Kosmetik untuk sunscreen, misalnya sunscreen foundation, dan sebagainya

2. Penggolongan Menurut Sifat dan Cara Pembuatannya

Menurut Tranggono (dalam Suhartini, dkk., 2013), sifat dan cara pembuatannya kosmetik dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

- a. Kosmetik modern, yaitu kosmetik yang diramu dari bahan kimia dan

diolah secara modern.

- b. Kosmetik tradisional, kosmetik yang diramu dari bahan-bahan tradisional atau bahan herbal dan diolah secara tradisional.

3. Penggolongan Menurut Kegunaannya Bagi Kulit

Menurut kegunaannya bagi kulit, kosmetik dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Kosmetik perawatan kulit (*skincare* kosmetik)

Jenis ini perlu untuk merawat kebersihan dan kesehatan kulit. Termasuk di dalamnya seperti kosmetik untuk membersihkan kulit (*cleanser*), kosmetik untuk melembabkan kulit (*moisturizer*) seperti *moisturizer cream*, kosmetik pelindung kulit, misalnya *sunscreen cream*, dan kosmetik untuk menipiskan atau mengampelas kulit (*peeling*), misalnya *scrub cream*. (Tranggono, 2013).

2. Kosmetik riasan (kosmetik dekoratif)

Jenis ini diperlukan untuk merias dan menutupi kekurangan pada kulit sehingga menghasilkan penampilan yang lebih menarik serta menimbulkan efek psikologis yang baik, seperti percaya diri (*self confidence*) (Tranggono dan Latifah, 2007).

2.3 Bahan Herbal

2.3.1 Pengertian Bahan Herbal

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bahan adalah suatu barang yang akan digunakan membuat suatu benda. Menurut WHO (World Health Organization) definisi herbal adalah tanaman yang bagian tanamannya daun, bunga, buah, biji, batang, kayu, kulit kayu, akar, rimpang atau bagian tanaman lainnya, yang mungkin seluruhnya dapat terfragmentasi. Dari dua pengertian diatas dapat

diartikan bahwa bahan herbal merupakan suatu barang baku yang berasal dari bagian tanaman seperti daun, bunga, buah, biji, batang, kayu, kulit kayu, akar, rimpang atau bagian tanaman lainnya untuk digunakan membuat suatu benda. Herbal umumnya sangat beraroma dan dimanfaatkan sebagai bumbu dapur dan bahan baku pewangi, namun semakin berkembangnya zaman dan majunya teknologi herbal juga dimanfaatkan sebagai bahan baku obat-obatan dan kosmetik.

Bahan herbal didefinisikan sebagai bahan baku atau sediaan yang berasal dari tumbuhan yang memiliki efek terapi atau efek lain yang bermanfaat bagi kesehatan manusia; komposisinya dapat berupa bahan mentah atau bahan yang telah mengalami proses lebih lanjut yang berasal dari satu jenis tumbuhan atau lebih. (WHO, 2005). Sediaan herbal diproduksi melalui proses ekstraksi, fraksinasi, purifikasi, pemekatan atau proses fisika lainnya; atau diproduksi melalui proses biologi. Sediaan herbal dapat dikonsumsi secara langsung atau digunakan sebagai bahan baku produk herbal. Produk herbal dapat berisi eksipien atau bahan inert sebagai tambahan bahan aktif (WHO, 2001).

Dari banyak penelitian terungkap bahwa Indonesia secara alami dihuni oleh tidak kurang dari 35.000 jenis tumbuhan berbunga. Jenis-jenis asli ini menyebar tidak merata di kepulauan Indonesia, karena curah hujan dan keadaan tanah yang berbeda-beda sesuai dengan keragaman alami. Dari berbagai jenis tumbuhan asli itu, banyak yang sudah dimanfaatkan. (Sastrapradja, 2012). Sebagian besar telah dimanfaatkan sejak nenek moyang kita menggunakannya untuk mengobati atau merawat kecantikan dengan menggunakan bahan-bahan yang alami, yang dapat dimanfaatkan dari tumbuhan yang memiliki khasiat sebagai bahan kosmetik (Sukara, 2007). Kosmetik herbal mengandung bahan alami yang relatif aman dan

memiliki beragam manfaat, salah satunya sebagai pemutih kulit. Produk ini bekerja dengan cara mereduksi pigmen melanin yang terdapat dalam kuli (Norisca, 2019).

Daun merupakan organ tumbuhan yang paling sering digunakan sebagai bahan kosmetik. Hal ini disebabkan karena daun mempunyai kandungan yang sangat berkhasiat. Pada daun proses respirasi dan fotosintesis dapat menghasilkan senyawa metabolit primer, yaitu glukosa, protein, lipid, asam nukleat dan karbohidat. Metabolit primer sendiri adalah substrat dari hasil bentukan senyawa yang kompleks biasa disebut metabolit sekunder. Selain itu metabolit sekunder umumnya terdapat pada tumbuhan, yaitu saponin, tannin, flavonoid, terpenoid, steroid, alkaloid, dan fenolik. Hasil fotosintesis yang berasal dari metabolit primer menjadi bahan dasar pembuatan metabolit sekunder. Hasil metabolit sekunder mempunyai kandungan yang berguna sebagai bahan untuk kosmetik (Ergina, 2014).

Dalam industri kosmetik, penjualan kosmetik herbal adalah hal yang paling cepat berkembang. Industri kosmetik menjadi salah satu prioritas yang berperan besar sebagai penggerak utama perekonomian Indonesia. Hal ini dikarenakan Indonesia memiliki kekayaan bahan alami kecantikan serta populasi penduduk mencapai 260 juta. Data dari Kementrian Perindustrian Indonesia menunjukkan penjualan kosmetik pada tahun 2012 mencapai Rp9,7 triliun, pada tahun 2013 menjadi Rp11,2 triliun yang berarti meningkat sebesar 15 persen. Sementara nilai pasar dari kosmetik atau market size kosmetik pada tahun 2014 mencapai Rp59,03 triliun dan pada tahun 2015 tumbuh sebesar 9 persen menjadi Rp64,3 triliun (Putra, 2014). Berkembangnya industri kosmetik dikarenakan saat ini kebanyakan wanita lebih memilih produk alami yaitu kosmetik tradisional dibandingkan dengan

produk sintesis untuk meningkatkan penampilan, Kesehatan dan kepuasan (Sutriyanto, 2016).

2.3.2 Kosmetik Bahan Herbal

Kosmetik herbal saat ini banyak digunakan oleh sejumlah masyarakat sebab kosmetik herbal sebagian mengandung bahan alami dan dapat meminimalkan efek samping dari kosmetik sintetis yang tinggi akan bahan-bahan kimia seperti bahan yang mengandung zat hidrokuinon (Primadhamanti dkk., 2019). Salah satu bahan alam yang sering digunakan sebagai bahan baku kosmetik adalah rempah-rempah (spices) yang biasa digunakan sebagai bahan penyedap dalam makanan. Selain memiliki aroma khas aromatic, bahan rempah ini juga memiliki beberapa manfaat untuk kulit seperti antioksidan, perfuming, skin conditioning, antimikroba dan sebagainya.

Dalam penelitian (Fitria Megawati, 2022) disebutkan bahwa tanaman yang paling banyak digunakan adalah *Centella asiatica* dan *Curcuma domestica*. Kedua tanaman ini mudah ditemukan di daerah pedesaan. Pegagan banyak ditemukan dikarenakan mudah berkembang biak di alam bebas.

Adapun kelebihan kosmetik mengandung bahan herbal yakni:

1. Tidak menimbulkan efek samping
2. Lebih segar saat dipakai
3. Relatif murah dan lebih aman bagi kulit
4. Tidak mengandung bahan-bahan kimia berbahaya

2.3.3 Tanaman Indonesia untuk kosmetik herbal

Beberapa tanaman di Indonesia yang mempunyai potensi tinggi sebagai bahan baku dalam pembuatan sediaan kosmetik herbal. Kategori kosmetik beberapa tanaman di Indonesia beserta kandungan fitokimianya: (Wathoni dkk, 2018)

1. Antioksidan

- a. Tomat (*Solanum lycopersicum*): Tomat mengandung karotenoid dan likopen dengan sifat antioksidan dan antikarsinogenik yang kuat. Karotenoid paling efektif untuk menangkap spesies oksigen reaktif, dan likopen penting untuk mengurangi peroksidasi lipid dan mencegah eritema akibat radiasi ultraviolet. Tomat dapat menjadi bahan dasar sediaan kosmetik seperti masker gel dan krim peel off.
- b. Jamblang (*Syzygium cumini*): Tanaman jamblang mengandung senyawa kimia seperti alkaloid, flavonoid, resin, tanin, dan minyak atsiri. Buah jamblang memiliki aktivitas antioksidan yang tinggi karena kandungan antosianin alaminya. Antosianin merupakan salah satu subkelompok flavonoid yang paling penting bagi tanaman. Kandungan flavonoid yang tinggi membuat buah jamblang bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Jamblang dapat diformulasikan sebagai masker, gel, dan lotion atau krim antioksidan.
- c. Bawang Dayak (*Eleutherine Americana Merr*): Bawang dayak berasal dari Kalimantan dan merupakan salah satu tanaman obat Indonesia. Bawang dayak mengandung senyawa fenolik golongan nafta kuinon yaitu elecanacin, eleutherin, isoeleutherin, eleutherol, dan eleutherinon. Senyawa fenolik tersebut telah diketahui memiliki efek antioksidan yang sangat kuat. Bawang dayak dapat digunakan sebagai bahan dasar sediaan kosmetik antioksidan seperti gel, masker, dan losion antioksidan.
- d. Kersen (*Muntingia calabura*): Kersen merupakan tanaman yang dapat dengan mudah ditemukan di seluruh provinsi di Indonesia. Kersen mengandung berbagai senyawa bioaktif yaitu flavonoid, saponin, triterpen,

steroid, dan tanin. Kandungan senyawa fenolik yang tinggi berkorelasi dengan aktivitas antioksidan yang kuat. Oleh karena itu, kersen dapat diformulasikan sebagai sediaan kosmetik antioksidan.

2. Perawatan kulit

- a. Daun kemuning (*Murraya paniculata*): Daun kemuning yang berwarna kuning dapat dimanfaatkan untuk kecantikan kulit karena memiliki kandungan senyawa kimia, antara lain metabolit sekunder seperti minyak atsiri, alkaloid, flavonoid, dan tanin. Senyawa tersebut mampu melembabkan dan mencerahkan kulit. Daun kemuning berperan dalam membantu mengatasi kulit kasar sehingga kulit akan lebih halus.
- b. Kunyit (*Curcuma Domestica. Val*): Kunyit digunakan untuk kecantikan kulit dan melindungi kulit dari paparan sinar matahari. Kunyit memiliki kurkuminoid seperti kurkumin, desmetoksikumin, bisdesmetoksikurkumin dan zat bermanfaat lainnya (minyak atsiri, lemak, karbohidrat, protein, pati, vitamin C, zat besi, fosfor, dan kalsium). Kurkumin merupakan zat warna kuning yang terkandung dalam kunyit, rata-rata 10,29%, memiliki spektrum aktivitas biologis yang luas seperti antihepatotoksik, antibakteri dan antioksidan. Oleh karena itu, Kunyit dapat digunakan untuk pengobatan tradisional dan perawatan kulit. Kunyit juga membantu mengatasi kerusakan sel kulit dengan mengangkat sel kulit mati dan mengatasi penyakit kulit. Kunyit dapat digunakan untuk melembutkan, menghaluskan dan mencerahkan kulit, oleh karena itu, Kunyit berpotensi untuk diformulasikan juga sebagai sediaan kosmetik.
- c. Bunga kenanga (*Cananga odorata*): Bunga kenanga dapat digunakan untuk

mencerahkan kulit karena mengandung senyawa kimia seperti benzoat, farnesol, geraniol, linalool, benzyl acetate, eugenol, safrol, cadinene dan pinene. Bunga kenanga menghasilkan minyak lang dan dikenal sebagai minyak 'yang-yang'. Minyak ini biasanya digunakan sebagai parfum untuk industri kosmetik. Bermanfaat sebagai aromaterapi yang efektif untuk menghilangkan bau badan, mengecilkan pori-pori, kulit bersisik, dan menjaga kelembaban kulit. Bunga kenanga dapat digunakan juga sebagai bahan alami lulur.

3. Anti penuaan

- a. Pegagan (*Centella asiatica*): Pegagan kaya akan asam amino, beta-karoten, asam lemak, flavonoid, terpenoid, alkaloid, saponin, dan beberapa nutrisi lainnya. Ekstraksi tanaman merambat ini (biasa disebut *made cassoside*) dapat meredakan peradangan, mempercepat penyembuhan luka, merangsang pembentukan sel-sel baru dan meningkatkan produksi kolagen. Oleh karena itu, Pegagan sangat berguna sebagai bahan kosmetik anti-penuaan.
- b. Daun kelor (*Moringa oleifera*): Daun kelor mengandung vitamin C tujuh kali lebih banyak dari jeruk, vitamin A sepuluh kali lebih banyak dari wortel, kalsium tujuh belas kali lebih banyak dari susu, protein sembilan kali lebih banyak dari yogurt, kalium lima belas kali lebih banyak dari pisang dan zat besi dua kali lebih banyak dari daun salam. Ia juga mengandung asam askorbat, β -karoten, asam tokoferol, flavonoid, fenolik, karotenoid, turunan asam hidroksilamin, dan flavonoid sehingga daun kelor dapat digunakan sebagai sumber antioksidan alami. Oleh karena itu, ia dapat

digunakan sebagai agen anti-penuaan dalam sediaan kosmetik.

4. Pemutih kulit

- a. Akar manis (*Glycyrrhiza glabra*): Ekstrak akar manis kaya akan antioksidan alami. Senyawa antioksidan utama dalam ekstrak *Glycyrrhiza glabra* adalah glycyrrhizin (asam glycyrrhizic) dan flavonoid. Peran ekstrak tanaman pada kulit terutama terkait dengan antioksidan, peremajaan kulit, pencerah kulit dan fotoproteksi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa formula krim ekstrak tanaman *Glycyrrhiza glabra* stabil secara kimia dan fisik selama kondisi penyimpanan dan tanpa induksi dermatitis alergi atau kontak.
- b. Bengkuang (*Pachyrhizus erosus*): Bengkuang memiliki manfaat untuk menjaga kesehatan kulit dan menghilangkan sel kulit mati. Bengkuang mengandung Vitamin C yang dapat menutrisi kulit dan dapat digunakan sebagai bahan dasar pembuatan masker untuk menyegarkan wajah dan mencerahkan kulit.
- c. Temulawak (*Curcuma xanthorrhiza*): Temulawak merupakan spesies *Zingiberaceae* yang secara empiris banyak digunakan sebagai obat tradisional terutama rimpangnya. Agen anti jerawat dan pemutih kulit merupakan subjek menarik dalam perawatan kulit alami Temulawak karena kandungan vitamin C-nya. Temulawak sering digunakan sebagai bahan dasar dalam sediaan kosmetik pencerah kulit dalam masker wajah, lotion dan krim wajah.

2.4 Skincare

Skincare dalam bahasa Inggris yang berarti skin atau kulit dan care memiliki arti peduli atau mengurus. Secara umum dikenal sebagai perawatan kulit. *Skincare* adalah produk perawatan kulit luar tubuh dengan fungsi tertentu. Umumnya

skincare banyak digunakan oleh kaum wanita, namun seiring dengan berkembangnya jaman dan kemajuan teknologi kaum pria juga turut menggunakannya.

Jika dipahami lebih mendalam *skincare* diartikan sebagai produk perawatan kulit yang mendukung kesehatan kulit, meringankan kondisi kulit, dan meningkatkan penampilan. *Skincare* dapat memberikan nutrisi bagi kulit dan melindungi kulit dari dampak negatif paparan sinar matahari yang berlebihan (Perwitasari&iPutsanra, 2019). *Skincare* merupakan sebuah produk yang digunakan untuk beberapa tujuan kecantikan yang berbeda dalam setiap langkah.

Skincare wajah secara umum terdiri dari beberapa produk yaitu :

- a. Pembersih wajah seperti *facial wash* sebagai pencuci muka, dan beberapa produk seperti susu pembersih (*milk cleanser*), balsam pembersih (*balm cleanser*), minyak pembersih (*oil cleanser*) dan *micellar water*.
- b. Toner untuk menyegarkan dan mengurangi minyak di wajah.
- c. Pelembab kulit atau *moisturizer* untuk cegah kerusakan kulit akibat paparan dari lingkungan, pemakaian make-up dan sinar matahari
- d. *Sunscreen* untuk melindungi kulit dari sinar matahari (Saputry, 2019).

Kategori produk *skincare* wajah terdiri dari *facial wash* atau pembersih wajah, eksfoliator pengangkat sel kulit mati yang menumpuk pada permukaan wajah, pelembab kulit, masker wajah untuk memperbaiki tekstur kulit, dan *sun protection* sebagai perlindungan dari radiasi sinar matahari. Tujuan utama penggunaan *skincare* adalah memberikan nutrisi bagi kulit, menunda munculnya kerutan dan garis halus, meminimalisir *dark spot* (area hitam), mendapatkan kulit yang lebih kenyal serta mengurangi risiko kulit kusam (Priyanka, 2019).

2.4.1 Formulasi kosmetik perawatan kulit secara umum

a. Pembersih wajah: (Eugresya dkk, 2017)

Zat aktif : *Hyaluronic acid, niacinamide, gliserin, aloe vera*, vitamin E, retinol, asam salisilat, seramid, alkalin, asam laktat, dan vitamin C.

Surfaktant : Sodium Lauril Sulfat

Gelling agent : CMC Na

Humectant : Gliserin

Basis sabun : KOH

Penetral PH : Asam Sitrat

Pengawet : Metil Paraben

Pelarut : Aquades

b. Pelembab: (Betsy dkk, 2022)

Zat aktif : *Aloe vera, hypericum perforatum, shea butter, glycyrrhetic acid, niacinamide*/Vitamin B, biji anggur, PEA, zink glukonat, seramid.

Emolien : Gliseril stearat, asam linolenat, asam oleat, asam laurat, pseudoseramid, glikol, minyak kelapa dan kolagen.

Humektan : Sorbitol, gliserin, panthenol, urea, propilen glikol, gelatin, asam hialuronat, asam alfa hidroksi (asam glikolat, asam laktat, natrium pirolidin, asam karboksilat)

Oklusif : Minyak air, minyak zaitun, *petroleum, silikon, zinc, Beeswax, Lanolin, Parrafin, Carnauba wax*.

c. Toner (Muhammad Noor dkk, 2023)

Zat aktif : Seramid, niacinamid, alpha arbutin, asam tranexamic

Humektan : Gliserin

Antioksidan : Butil hidroksitoluen

Surfaktan : Polisorbat 20

Pewangi : Minyak mawar

Pengawet : Fenoksietanol

Pelarut : Etanol, aquades

d. *Sunscreen*/pelindung kulit dari sinar matahari (Putriana Rachmawati dkk, 2021)

Zat aktif : *Benzylidene camphor sulfonic acid, diethylamino hydroxybenzoyl hexyl benzoate, diethylhexyl butamido triazone, octorylene, polysilicone-15, ethylhexyl dimethyl PABA, PEG-25 PABA, ethylhexyl salicylate, homosalate, benzophenone-4 benophenone-5, isoamyl p-methoxycinnamate, methyl anthranilate, methylene bis-benzoatriazolyl tetramethylbutylphenol, 4-methylbenzylidene champor, diodium phenyl dibenzimidazole tetrasulfonate, ethylhexyl methoxycinnamate, benzophenone-3, drometriole triiloxane, phenyl benzimidazole sulfonic acid, terephthalylidene dicamphor sulfonic acid, polyacrylamidomethyl benzylidene camphor, butyl methoxydibenzoylmethane, titanium dioxide, ethylhexyl triazone, bis-ethylhexyloxyphenol methoxyphenyl triazine, champor benalkonium methoulfate, zinc oxide.*

Emulsi : Asam stearat

Emolien : Setil alkohol

Gelling agent : Karbopol

Surfaktan : Tween 80, span 80

Pengawet : Propilparaben, metil paraben

Humektan : Propilenglikol, gliserin
Penyesuaian PH : Triethanolamine (TEA)
Antioksidan : BHT
Pewangi : Minyak mawar
Pelarut : Aquades, minyak mineral

2.4.2 Bahan pengisi yang harus dicurigai kehalalannya: (Prof. Dr. Irwandi Jawir, MSc dkk, 2020)

- Gelatin
- Gliserin
- Lanolin
- Sodium Lauril Sulfate
- Asam linolenat
- Asam oleat
- Asam laurat
- Asam alfa hidroksi
- Polisorbat 20
- Kolagen dan elastin
- Lemak turunan gliserida
- Asam lemak tak jenuh
- Asam stearat
- Tween 80
- Span 80

2.5 Konsep Halal

Konsep halal bagi umat Islam, diperuntukkan pada segala sesuatu yang baik dan bersih, yang dimakan atau dikonsumsi oleh manusia menurut syariat Islam. Lawan halal adalah haram yang berarti tidak dibenarkan atau dilarang menurut syariat Islam. Sebagai salah satu negara muslim terbesar, kesadaran masyarakat akan pentingnya produk yang halal bukan hanya isapan jempol, namun benar-benar dicari dan diwajibkan, salah satunya adalah kosmetik berlabel halal. Mengetahui kehalalan dan keharaman makanan, minuman, obat, dan alat-alat kosmetika merupakan suatu keharusan bagi setiap orang Islam. Karena, ketidaktahuan terhadap hukum produk tersebut mengakibatkan seseorang mengonsumsi produk-produk yang diharamkan, padahal ini dapat membahayakan kaum muslimin. (Ali, M. 2009). Diantara bahaya mengonsumsi produk haram ialah ;

1. Ibadah tertolak

Imam Ibn Katsir rahimahullah berkata, “Mengonsumsi produk yang halal adalah faktor diterimanya sebuah doa atau ibadah, sebagaimana mengonsumsi produk yang haram dapat menghalangi diterimanya sebuah doa atau ibadah tersebut.” (Ali, M. 2009). Kemudian Rasulullah saw menyebutkan seseorang yang mengonsumsi makanan haram, bahwa doanya sangat jauh untuk dikabulkan, sekalipun terdapat darinya sebab-sebab dikabulkan doa: melakukan safar (perjalanan jauh), berambut kusut dan berdebu, menengadahkan kedua tangannya ke langit seraya berdoa, “ Wahai Tuhan, Wahai Tuhan”, sementara makanannya haram, minumannya haram, pakaiannya haram, dan dikenyangkan dengan sesuatu yang haram, maka

bagaimana orang seperti ini dikabulkan doanya ?”[Syarh Arba’in ha. 152, 153] (Muhammad Shalih, 2011).

2. Masuk Neraka

Tubuh yang tumbuh dari makanan yang haram akan merasa enggan untuk beribadah dan taat kepada Allah. Ia justru siap dalam melakukan maksiat kepada-Nya. Setiap gerak-gerik dan aktivitasnya cenderung kepada hal-hal yang diharamkan. Tubuh semacam inilah yang pantas masuk neraka. Karenanya, mengonsumsi barang yang haram tidak hanya menghalangi diterimanya doa dan ibadah, melainkan juga pelakunya pantas masuk neraka (Ali, m. 2009).

3. Membahayakan Tubuh

Ketika Allah menghalalkan hal-hal yang baik untuk kita, dibelakang itu semua pasti ada kebaikan bagi kita. Begitu pula Ketika Dia mengharamkan hal-hal yang buruk atas kita, di belakang itu semua pasti ada sesuatu yang membahayakan kita. Masyarakat telah mengetahui bahwa mengonsumsi produk-produk yang diharamkan, misalnya produk-produk yang mengandung najis, bahaya seperti racun, atau zat yang memabukkan, semua itu dapat membahayakan tubuh (Ali, M. 2009)

Kata Halal seringkali disandingkan dengan kata “thayyib”. Thayyib (baik) sendiri adalah sesuatu yang dirasakan enak oleh indera atau jiwa, atau segala sesuatu selain yang menyakitkan dan menjijikkan. Al-Quran menyebutkan kata ‘al-thayyib’ ini berulang kali. Pertama, al-Quran menyebutkan kata ‘al-thayyib’ dalam bentuk mufrad mudzakkar (laki-laki tunggal), sebanyak empat kali digunakan sebagai sifat makanan yang halal; yaitu dalam surah al-Baqarah:168 (Halalan

Thayyiban), al-Ma'idah:88 (Halalan Thayyiban), al-Anfal:69 (Halalan Thayyiban), dan al-Nahl:114 (Halalan Thayyiban). Dan sebanyak dua kali menjelaskan tanah atau debu (sebagai syarat tayamum), dan tidak ada kaitannya dengan makanan; yaitu dalam surah al-Nisa:43 (Shaidan Thayyiban) dan surah al-Ma'idah:6 (Shaidan Thayyiban). Disamping itu, al-Quran juga menyinggung kata ini dengan bentuk mufrad muannats (perempuan tunggal) yaitu "thayyibah" sebanyak sembilan kali dan tidak ada kaitannya dengan makanan. (Ali, M. 2009)

Berdasarkan hal ini menurut al-Qur'an dan Hadist serta tafsir para Ulama, makna "thayyib" secara syar'i didalam al-Qur'an merujuk pada tiga pengertian, yaitu :

- 1) Sesuatu yang tidak membahayakan tubuh dan akal pikiran, sebagaimana pendapat Imam Ibn Katsir
- 2) Sesuatu yang lezat sebagaimana pendapat Imam Syafii
- 3) Hal itu sendiri, yaitu sesuatu yang suci, tidak najis, dan tidak diharamkan, sebagaimana pendapat Imam Malik dan Imam Al-Thabati (Ali, M. 2009).

2.5.1 Produk Halal

Produk halal menurut Undang-Undang RI Nomor 33 Tahun 2014 adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Dikatakan produk halal paling tidak harus memenuhi tiga kriteria, yaitu zatnya, cara memperolehnya, dan halal cara pengelolannya. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat islam, (Burhanuddin, 2011:140) yaitu:

1. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran dan lain sebagainya.

3. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat islam.
4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengolahan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat islam.
5. Semua makanan dan minuman yang tidak mengundang khamar.

Konsumsi kosmetik halal global mengalami peningkatan sebesar 4,9 persen tahun 2018 mencapai USD 64 miliar dimana Indonesia menjadi negara kedua sebagai konsumen kosmetik halal global dengan total pengeluaran USD 4 miliar (Sholikhah et al., 2021). Dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 26 tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika dan Penggunaannya dijelaskan bahwa bahan yang dilarang untuk digunakan dalam industri kosmetik yaitu :

1. Bahan yang najis
2. Bahan yang terbuat dari mikroba hasil rekayasa genetika yang melibatkan gen babi atau gen manusia
3. Bahan baku, bahan aktif, dan bahan tambahan dari turunan hewan halal yang berupa lemak atau lainnya dan tidak diketahui penyembelihannya
4. Bahan dari produk mikroba yang tidak diketahui media pertumbuhan mikrobanya dan harus dihindari sampai ada kejelasan tentang kehalalan dan kesucian bahannya.

2.5.2 Label Halal

Label halal adalah label yang memuat keterangan halal dengan standar halal menurut agama Islam dan berdasarkan peraturan pemerintah Indonesia. Sertifikasi halal merupakan fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan

suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikasi Halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Menurut Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) regulasi terkait pencantuman logo halal pada kemasan produk telah tertulis dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang cipta kerja. Pasal 2 menyebutkan bahwa produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha mikro dan kecil wajib bersertifikat halal. Produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syari'at Islam, yaitu:

1. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung khamr dan produk turunannya.
3. Semua bahan asal hewan harus berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syari'at Islam.
4. Tidak mengandung bahan-bahan lain yang diharamkan atau tergolong najis seperti: bangkai, darah, bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, kotoran dan lain sebagainya.
5. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengolahan dan alat transportasi untuk produk halal tidak boleh digunakan untuk babi atau barang tidak halal lainnya. Jika fasilitas tersebut pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya dan kemudian akan digunakan untuk produk halal maka terlebih dahulu harus dibersihkan sesuai dengan tata cara yang diatur menurut syari'at Islam. Penggunaan fasilitas produksi untuk produk halal dan tidak halal bergantian tidak diperbolehkan. (Fauziah, 2018)

Label halal mengandung aspek yuridis untuk memberikan perlindungan konsumen. Artinya secara hukum mencantumkan label halal berarti melindungi konsumen dan melaksanakan undang-undang Perlindungan konsumen. Dalam pasal 4 Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 terdapat sejumlah hak konsumen yang dilindungi hukum, diantaranya yaitu: pertama, hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Kedua, hak untuk memilih barang atau jasa dengan nilai tukar, dan yang tak kalah penting jaminan yang dijanjikan. Ketiga, hak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang digunakan. Keempat, hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi jika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya (Muhammad, dkk. 2009).

Hak-hak perlindungan konsumen yang diatur dalam undang-undang diatas menjadikan label halal memiliki nilai arti dan nilai penting secara social, berupa perlindungan dan penafian keraguan bagi konsumen muslim terhadap ketidak-halalan produk yang dikonsumsi. Pencantuman label halal mengandung konsekuensi hak atas kenyamanan dan keamanan konsumen dalam mengkonsumsi produk (Muhammad, dkk. 2009).

Sebagai ukuran kehalalan suatu produk, LPPOM MUI telah menetapkan identifikasi dengan aspeknya yang lebih luas bahwa halal haramnya suatu produk pangan dari aspek realitas barangnya, meliputi tempat penyimpanan, tempat penjualan, tempat penggolongan dan transportasi harus menjamin tidak adanya tercampur dengan unsur haram atau najis. Kontaminasi bahan yang haram dengan yang halal menjadikan barang halal berubah haram. Hasil audit yang dilakukan

BPOM menemukan adanya produsen yang memahami haramnya sesuatu dari segi zatnya saja. (Muhammad, dkk. 2009). Label halal tidak hanya memberikan manfaat bagi konsumen muslim, tetapi juga bagi semua konsumen karena halal tidak saja berarti kandungannya halal namun juga diproses dengan cara beretika, tentunya sehat dan baik (Fatkhurohmah, 2015). Adanya label halal juga melindungi pengusaha dari tuntutan konsumen serta juga melindungi konsumen dari keraguan dalam menggunakan produk. Selain itu dari segi penjualan label halal dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk kosmetika serta meningkatkan image produk tersebut (Anggraeni, 2016).

Berikut contoh-contoh kosmetik perawatan kulit yang berlabel halal:

- Wardah® (Nomor Sertifikat BPJPH ID00410000070950920)
- Make over® (Nomor Sertifikat BPJPH ID00410000070950920)
- Somethinc® (Nomor Sertifikat BPJPH ID32110000206681021)
- Skintific® (Nomor Sertifikat BPJPH ID00410015997400224)
- Hanasui® (Nomor Sertifikat BPJPH ID00210000279150721)

2.5.3 Sertifikasi Halal

Hak setiap konsumen salah satunya adalah, untuk mendapatkan informasi yang benar, jujur, jelas dalam mengkonsumsi makanan, minuman, obat-obatan, dan memakai kosmetik. Adanya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH) merupakan bentuk keseriusan pemerintah untuk memenuhi hak konsumen khususnya konsumen muslim. Jaminan produk halal akan memberikan keuntungan bagi produsen juga dimana produk akan lebih digemari oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan nilai jual. Tidak hanya konsumen muslim saja, konsumen non muslim dinilai akan lebih memilih produk tersebut karena sudah teruji aman dan berkualitas bagi Kesehatan (Maulina et al, 2022).

Hak tersebut diberikan karena secara ekonomis konsumen berada dalam posisi yang lemah. Konsumen dalam mengkonsumsi produk sangat bergantung pada informasi yang diberikan oleh pelaku usaha (Sofiyan Hasan, 2014). Jaminan informasi tersebut salah satunya berkaitan dengan masalah kehalalan yang diwujudkan dengan sertifikasi halal yang dilakukan kepada setiap produk yang beredar di Indonesia.

Sertifikasi halal merupakan bentuk fatwa tertulis dari MUI untuk menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Sertifikasi halal MUI menjadi syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan suatu produk. Tujuan dari sertifikasi halal sendiri pada produk makanan, obat-obatan, pangan, maupun kosmetik adalah untuk memberikan informasi yang jelas dan benar dalam upaya memberikan jaminan akan produk yang halal bagi konsumen. Persyaratan sertifikasi halal yang diatur oleh LPPOM- MUI terdiri dari ketentuan mengenai sistem jaminan halal serta kebijakan dan prosedur dalam pengajuan sertifikasi halal, antara lain:

a. Sistem Jaminan Halal

Sistem Jaminan Halal (SJH) adalah sistem yang menerapkan prinsip-prinsip syariat islam, meliputi kehalalan, etika dalam usaha, manajemen, yang berkaitan dengan prosedur mengenai pengolahan bahan makanan yang akan diproduksi oleh suatu perusahaan (Dwi Purnomo, 2018).

b. Prosedur Pengajuan Sertifikasi Halal

Perusahaan yang mengajukan sertifikasi halal, harus memenuhi kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan oleh LPPOM-MUI. Beberapa tahapan yang harus dilalui oleh perusahaan dalam pengajuan sertifikasi halal antara lain:

- 1) Perusahaan melakukan pendaftaran yang dilakukan secara online ke website LPPOM- MUI, baik untuk pendaftaran baru, pengembangan produk, maupun perpanjangan sertifikasi halal. Pendaftaran tersebut berisi informasi mengenai data sertifikasi halal, status SJH, dan kelompok produk.
- 2) Perusahaan melakukan pembayaran biaya pendaftaran dan akad sertifikasi halal yang dilakukan secara online, melalui email bendahara LPPOM-MUI. Pembayaran akad sertifikasi meliputi biaya honor audit, sertifikasi halal, pelaksanaan SJH, dan publikasi jurnal halal.
- 3) Perusahaan menyerahkan dokumen yang berisi tentang informasi proses bisnis pada industri pengolahan, RPH, restoran, maupun industri jasa, meliputi manual SJH, data pabrik, data produk, diagram alir proses produksi, data dan dokumen bahan yang digunakan, serta matrix produk.
- 4) Setelah dokumen-dokumen yang dipersyaratkan telah dipenuhi, kemudian dilakukan pengecekan mengenai kelengkapan dokumen tersebut. Apabila dokumen yang dicek telah lengkap, maka auditor mulai melakukan audit terhadap dokumendokumen meliputi dokumen halal, material produk, dan matrix produk. Hasil dari audit tersebut kemudian dirapatkan melalui rapat auditor.
- 5) Dokumen-dokumen yang telah memenuhi persyaratan dalam proses audit, kemudian dilimpahkan ke rapat komisi fatwa halal, untuk ditetapkan fatwa halal, sebagai syarat penerbitan sertifikasi halal.

Sebagai upaya efisiensi dan efektivitas dalam proses sertifikasi halal, sekaligus memberikan panduan kepada kalangan pelaku usaha yang hendak mengurus sertifikasi halal, Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan

Kosmetika (LPPOM) Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan keputusan tentang Daftar Bahan Tidak Kritis (Halal Positive List of Materials) (LPPOM MUI, 2021).

Halal *Positive List of Materials*, yang dalam bahasa keseharian sering disebut positive list, adalah daftar bahan yang tidak kritis (*non-critical materials*) dari aspek kehalalan yang umumnya digunakan pada industri pengolahan. Kebijakan penyusunan daftar tersebut, menurut Direktur Eksekutif LPPOM MUI, Ir. Muti Arintawati, M. Si, untuk memudahkan pelaku industri makanan dalam memilih bahan. "Sebab, pada kenyataannya ada bahan yang tidak mengandung hal kritis baik dari asal bahannya maupun proses produksi. Hal ini diperoleh berdasarkan kajian ilmiah yang didasarkan kajian literatur maupun berdasarkan pengalaman audit," kata Muti, awal Agustus 2021.

Muti menegaskan, produk yang dibuat dari bahan-bahan penyusun yang masuk kategori tidak kritis, tidak otomatis halal. Karena ada hal-hal yang bisa memengaruhi kehalalannya jika tidak dipastikan bebas dari bahan-bahan haram dan najis yang dapat mengontaminasi produk seperti fasilitas produksi, penyimpanan atau penyajian, maka dari itu *Positive List* tetap perlu sertifikasi halal. Daftar bahan tidak kritis yang terbaru dikeluarkan pada tahun 2020 dalam SK12/Dir/LPPOM MUI/VI/20. Berikut contoh-contoh bahan *positive list* yang terdapat pada kosmetik: CMC Na (Gelling agent), Metil Paraben (Pengawet), Zinc Oxide (Zat aktif tabir surya), Benzylidene Camphor (Zat aktif tabir surya), Peg-25 Paba (Zat aktif tabir surya), Titanium Dioxide (Zat aktif tabir surya), Butil Hidroksitoluen (Antioksidan), Bht (Butylated Hydroxytoluene) (Antioksidan).

2.6 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian ialah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan (Fauziah, 2018). Pengambilan keputusan adalah suatu tindakan untuk menentukan pilihan sebagai seleksi terhadap dua pilihan alternatif yang dilakukan secara konsisten dan bijaksana untuk memenuhi kebutuhan. proses pengambilan keputusan dimulai dengan pengenalan kebutuhan yang didefinisikan sebagai perbedaan atau ketidaksesuaian antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang sebenarnya, yang akan membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan. Proses membeli diawali dengan adanya kebutuhan. Kebutuhan timbul karena adanya perbedaan antara keadaan yang sesungguhnya dengan keadaan yang diinginkan (Fauziah, 2018). Berikut ini merupakan beberapa definisi keputusan pembelian menurut para ahli.

Menurut Buchari Alma (Arifin, 2016) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, masyarakat, proses. Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli. Menurut Tjiptono (2015) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan buah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016:194) menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu,

kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian tidak terpisahkan dari bagaimana sifat seorang konsumen (*consumer behavior*) sehingga masing-masing konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda dalam melakukan pembelian.

Menurut Thompson (2016) ada 4 indikator dalam keputusan pembelian yaitu :

4. Sesuai kebutuhan

Pelanggan melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai yang dibutuhkan dan mudah dalam mencari barang yang dibutuhkan.

5. Mempunyai manfaat

Produk yang dibeli sangat berarti dan bermanfaat bagi konsumen.

6. Ketepatan dalam membeli produk

Harga produk sesuai kualitas produk dan sesuai dengan keinginan konsumen.

7. Pembelian berulang

Keadaan dimana konsumen merasa puas dengan transaksi sebelumnya sehingga berniat selalu melakukan transaksi dimasa yang akan datang. Untuk memahami perilaku konsumen adalah tugas penting bagi pemasar. Untuk memahami hal ini, perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen sampai di tahap keputusan pembelian Kotler dan Keller (2016) :

1. Faktor Budaya

Faktor-faktor kebudayaan memiliki pengaruh yang paling luas dan paling dalam pada perilaku konsumen. Menurut Kotler (2001: 197) faktor-faktor kebudayaan terdiri dari:

- a. Kebudayaan
- b. Sub kebudayaan
- c. Kelas sosial

Penjelasan dari istilah-istilah diatas adalah sebagai berikut ini:

- a. Kebudayaan

Menurut Sumarwan (2004: 170) “kebudayaan adalah segala nilai, pemikiran, symbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan dan kebiasaan seorang dan masyarakat”.

- b. Sub kebudayaan.

Menurut Kotler (2001: 198) “Sub budaya adalah sekelompok orang dengan system nilai bersama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama”.

- c. Kelas Sosial

Menurut Sumarwan (2004: 218) “Kelas sosial adalah bentuk lain dari pengelompokan masyarakat ke dalam kelas atau kelompok yang berbeda”.

Kelas sosial akan mempengaruhi jenis produk, jenis jasa dan merk yang dikonsumsi konsumen.

2. Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga dan peran dan status sosial konsumen. Karena faktor-faktor sosial ini dapat mempengaruhi tanggapan konsumen, perusahaan-perusahaan harus memperhitungkannya ketika merancang strategi-strategi pemasaran mereka.

Menurut Kotler (2001:203) faktor- faktor sosial terdiri dari:

- a. Kelompok Acuan

- b. Keluarga
- c. Peran dan Status

3. Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh faktor pribadi. Menurut Kotler (2001 :206) faktor-faktor pribadi terdiri dari:

- a. Umur dan Tahap Siklus Hidup
- b. Pekerjaan
- c. Situasi Ekonomi
- d. Gaya Hidup
- e. Kepribadian dan Konsep Diri

4. Faktor Psikologis

Pilihan-pilihan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh faktor psikologis. Menurut Kotler (2001 :212) faktor-faktor psikologis terdiri dari:

- a. Motivasi
- b. Persepsi
- c. Pengetahuan
- d. Keyakinan dan Sifat

2.7 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negri Maulana Malik Ibrahim Malang

Fakultas Ekonomi merupakan salah satu fakultas dari ketujuh fakultas yang saat ini ada di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Pada periode awal, Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang baru mempunyai satu program studi, yakni Manajemen (strata satu). Ijin penyelenggaraan program studi Manajemen ini diperkuat dengan Keputusan Direktur Jenderal Kelembagaan

Agama Islam Departemen Agama RI Nomor DJ/54/2005 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi Jenjang Strata Satu (S-1) pada Universitas Islam Negeri Malang Jawa Timur. Untuk memperkuat posisi program studi Manajemen sebagai sebuah bidang keilmuan yang dikembangkan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, tidak berapa lama sejak turunnya izin tersebut diusulkan untuk memperoleh status terakreditasi. Ternyata usul yang disertai upaya keras seluruh komponen fakultas, program studi Manajemen memperoleh status tertinggi, yakni terakreditasi “A”, berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Nomor: 005/BAN-PT/Ak-X/S1/II/2007 dan Jurusan Manajemen dengan mempertahankan nilai akreditasi “A”, berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Nomor: 4828/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2017 (Portofolio & Lakip, 2018).

Seiring dengan tuntutan zaman dalam mengemban misi, sejak tahun akademik 2009/2010 Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang membuka program studi baru yakni Akuntansi dan Perbankan Syariah. Adapun yang menjadi dasar penyelenggaraan kedua program studi tersebut masing-masing adalah Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: Dj.I/309/2008 tentang Izin Pembukaan Studi Strata Satu Akuntansi pada Universitas Islam Negeri Malang. Program Studi Diploma Tiga (D III) pada tahun 2018 dikonversi ke jurusan S1 Perbankan Syariah berdasarkan Surat Keputusan Rektor Nomor: 1142/Un.03/PP.00.9/02/2018. Selanjutnya pada tahun ajaran 2013/2014, Fakultas Ekonomi kembali membuka program studi baru yaitu Program Studi Perbankan

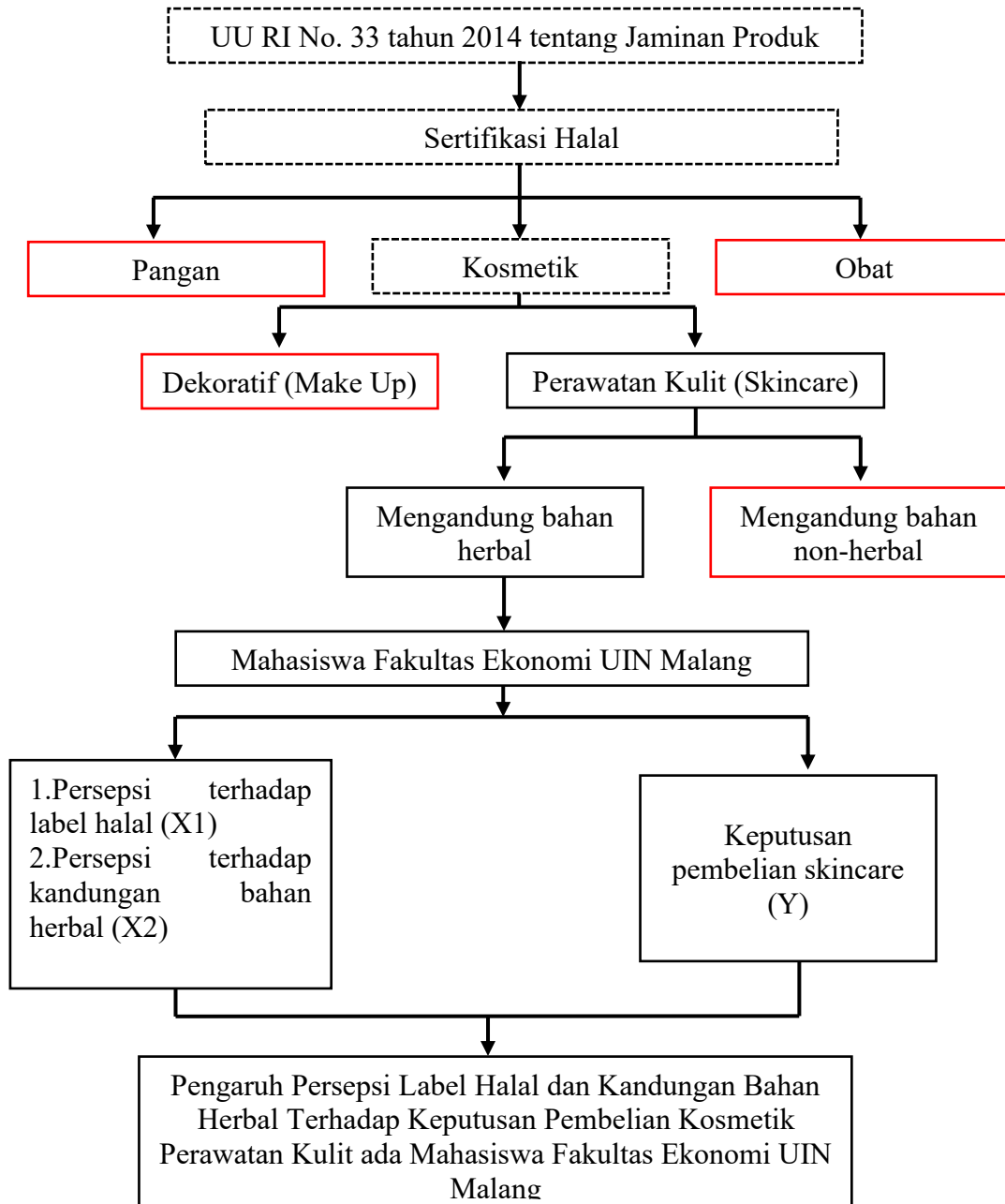
Syariah (S1) berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 619 Tahun 2012 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi Strata Satu (S1) Perbankan Syariah pada UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2012 (Portofolio & Lakip, 2018).

Sesuai dengan keputusan rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang nomor 281 pada tahun 2020 menjelaskan bahwa Fakultas Ekonomi UIN Malang merupakan salah satu fakultas yang menaungi tiga jurusan jenjang pendidikan strata 1 diantaranya Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah. Fakultas ini memiliki visi terwujudnya Fakultas Ekonomi integratif dalam memadukan sains dan Islam yang bereputasi internasional (SK Rektor UIN Malang, 2020). Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang sendiri dikenal sebagai mahasiswa yang selalu berpenampilan rapih dan menarik.

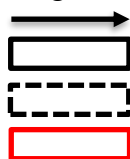
BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL

3.1 Bagan Kerangka Konseptual



Keterangan:



Alur Berpikir
Fokus Penelitian
Pendukung Penelitian
Tidak diteliti

3.2 Uraian Kerangka Konseptual

Dengan dasar UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pemerintah menetapkan beberapa kebijakan terkait produk halal di Indonesia dan memiliki regulasi khusus untuk melindungi pembeli muslim dalam mendapatkan produk halal, salah satu kebijakan tersebut adalah kewajiban sertifikasi halal pada produk pangan, obat-obatan dan kosmetik. Kosmetik terbagi menjadi dua yaitu kosmetik riasan atau make up dan kosmetik perawatan atau skincare (Tranggono, 2007). Skincare merupakan kebutuhan perawatan kulit yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat, hal ini dikarenakan masyarakat sadar akan pentingnya merawat kulit dari dalam dan tidak hanya dipoles dengan make up. Berdasarkan data demografi penelitian Masrul (2020) menunjukkan bahwa pengguna kosmetik dan skincare paling banyak pada rentang usia 18-25 tahun dengan persentase 39% dan tingkat pendidikan paling banyak yaitu mahasiswa atau sarjana dengan persentase 72%. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian dengan sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor label halal dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa fakultas ekonomi UIN Malang. Mengacu pada teori Kotler dan Keller pada tahun 2016 bahwa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian ada 4, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis. Faktor budaya meliputi kebudayaan, sub budaya dan kelas sosial. Selanjutnya faktor sosial meliputi kelompok acuan, keluarga, peran dan status. Faktor yang ketiga yakni faktor pribadi yang meliputi umur, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup dan kepribadian. Pada faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terakhir yakni faktor psikologi. Faktor psikologi meliputi pengetahuan,

motivasi, persepsi, keyakinan dan sikap.

Fokus pada penelitian ini terdapat pada faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang terakhir yakni faktor psikologi pada poin persepsi. Peneliti ingin melihat pengaruh persepsi dari kedua variabel bebas terhadap variabel terikat pada penelitian ini. Adapun kedua variabel bebas tersebut yang pertama Label halal (X1) dan Kandungan bahan herbal (X2). Lalu variabel terikat pada penelitian ini yakni Keputusan Pembelian (Y).

3.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. H_{a1} = Terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

 H_{o1} : Tidak Terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang
2. H_{a2} = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

 H_{o2} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa

Fakultas Ekonomi UIN Malang

3. Ha3 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

Ho3 : Tidak Terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Jenis dan Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015 : 55) penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan dan pengaruh, hubungan yang bersifat sebab akibat, yaitu antara variabel bebas dan variabel terikat. Adapun variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah masing-masing variabel bebas yang terdiri dari variabel persepsi terhadap label halal (X1), persepsi terhadap bahan herbal (X2), terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit (Y).

4.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan selama 2 bulan yaitu dilakukan pada bulan November 2024 - Desember 2024 bertempat di Fakultas Ekonomi UIN Malang.

4.3 Populasi dan Sampel

4.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015:148) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang yang menggunakan kosmetik perawatan kulit (*skincare*).

4.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015:149) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif jenjang strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi UIN

Malang dengan kriteria inklusi dan eksklusi sebagai berikut:

Kriteria Inklusi:

1. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi UIN Malang
2. Bersedia mengisi kuesioner
3. Menggunakan kosmetik perawatan kulit dalam 6 bulan terakhir

Kriteria Eksklusi:

1. Tidak mengisi kuesioner secara lengkap

Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini akan menggunakan rumus Lemeshow (1997), yaitu:

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1,96

p = maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Untuk menentukan jumlah sampel agar representatif dengan jumlah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi UIN Malang angkatan, maka dihitung menggunakan rumus alokasi proporsional berikut: (Sari, 1993)

$$nh = \frac{Nh}{N} \times n$$

Keterangan:

Nh = besarnya sampel untuk sub populasi

Nh = total masing-masing sub populasi

n = total sampel secara keseluruhan

N = besar populasi

4.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013). Sedangkan metode *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, sampel dipilih dari orang yang benar-benar mengetahui atau memiliki kompetensi dengan topik penelitian kita (Martono, 2010).

4.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

4.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang dipilih peneliti untuk diteliti sehingga dapat dikumpulkan informasinya dan dapat ditarik kesimpulan (Fauzi, 2009)

1. Variabel bebas: yakni faktor-faktor yang dapat mempengaruhi atau berdampak pada variabel lain (Martono, 2010). Adapun variabel bebas pada penelitian ini adalah label halal dan kandungan bahan herbal.
2. Variabel terikat: yakni variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Martono, 2010). Adapun variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang.

4.5.2 Definisi Operasional

Definisi operasional yakni bagian penelitian yang menjelaskan bagaimana mengukurnya. Definisi operasional merupakan data ilmiah yang akan sangat berguna bagi peneliti selanjutnya apabila ingin melakukan penelitian dengan

variabel yang sama (Martono, 2010).

4.5.3 Konstruk Penelitian

Tabel 4.1 Konstruk penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Parameter	Indikator	Kuesioner	Skor	Skala
Persepsi terhadap Label Halal (X_1)	Pandangan terhadap label yang memuat keterangan halal dengan standar halal menurut agama Islam dan berdasarkan peraturan pemerintah Indonesia yang terdapat dalam	Persepsi responden terhadap keamanan kosmetik perawatan kulit berlabel halal	Pandangan responden terhadap keamanan kosmetik perawatan kulit berlabel halal	1. Adanya label halal pada kemasan kosmetik perawatan kulit menjamin bahwa kosmetik tersebut tidak mengandung bahan yang membahayakan bagi kesehatan	SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1	Menggunakan skala likert
				2. Label halal pada produk kosmetik perawatan kulit memberikan jaminan terbebas dari bahan-bahan haram yang membahayakan bagi kesehatan	SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1	

	kemasan produk kosmetik perawatan kulit.	Persepsi responden terhadap nilai keagamaan kosmetik perawatan kulit berlabel halal	Pandangan responden terhadap hubungan kesesuaian kosmetik perawatan kulit yang berlabel halal dengan syariat islam	3. Seorang Muslim harus menggunakan produk kosmetik perawatan kulit yang berlabel halal	SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1	Menggunakan skala likert
				4. Label halal pada produk kosmetik perawatan kulit merupakan jaminan kehalalan bagi konsumen muslim	SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1	
				5. Kosmetik perawatan kulit yang berlabel halal tidak ada unsur najis di dalamnya sehingga tidak mengganggu keabsahan ibadah seorang muslim	SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1	

		Persepsi responden terhadap kekhususan kosmetik perawatan kulit berlabel halal	Pandangan responden terhadap hal khusus yang ada pada kosmetik perawatan kulit berlabel halal	6. Sertifikat halal BPJPH diberikan khusus untuk produk yang telah terjamin kehalalannya sesuai ketentuan sidang fatwa halal MUI	SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1	Menggunakan skala likert
				7. Label halal pada produk kosmetik perawatan kulit hanya dikhususkan pada konsumen muslim bukan non muslim	SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1	
Persepsi terhadap Kandungan Bahan Herbal (X2)	Pandangan terhadap barang yang berasal dari bagian tanaman seperti daun,	Persepsi responden terhadap keamanan kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan herbal	Kepercayaan responden untuk menggunakan kosmetik perawatan kulit yang	8. Kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan herbal relatif lebih aman bagi kulit	SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1	Menggunakan skala likert
				9. Kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan	SS = 4 S = 3	

	bunga, buah, biji, batang, kayu, kulit kayu, akar, rimpang atau bagian tanaman lainnya untuk digunakan sebagai bahan aktif kosmetik perawatan kulit.		mengandung bahan herbal	herbal relatif lebih aman dibandingkan kosmetik perawatan kulit yang mengandung non herbal	TS = 2 STS = 1	
		Persepsi responden terhadap efek kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan herbal	Responden mempercayai bahwa efek terapi kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan herbal lebih baik dari pada kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan sintesis	10. Kosmetik perawatan kulit yang menggunakan bahan herbal memberikan khasiat yang baik pada kulit 11. Kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan herbal mengurangi kemungkinan terjadinya alergi atau iritasi pada kulit	SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1 SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1	Menggunakan skala likert
Keputusan Pembelian (Y)	Sebuah proses Dimana konsumen		Selera responden untuk mendahulukan	12. Saat membeli produk kosmetik perawatan kulit saya mempertimbangkan ada	SS = 4 S = 3 TS = 2	Menggunakan skala likert

	mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek kosmetik perawatan kulit tertentu.	Preferensi Pandangan terhadap label halal	kosmetik perawatan kulit berlabel halal	tidaknya label halal pada produk kosmetik tersebut	STS = 1	
				13. Saya akan membeli kosmetik perawatan kulit yang berlabel halal	SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1	
				14. Kandungan bahan herbal tidak penting bagi saya ketika saya membeli produk kosmetik perawatan kulit yang berlabel halal	SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1	
		Preferensi pandangan terhadap kandungan bahan herbal	Selera responden untuk mendahulukan aspek kandungan bahan herbal pada kosmetik perawatan kulit	15. Saat membeli produk kosmetik perawatan kulit saya selalu mempertimbangkan aspek kandungan bahan herbal pada produk kosmetik tersebut	SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1	Menggunakan skala likert

			16. Saya akan membeli produk kosmetik perawatan kulit yang terdapat kandungan bahan herbal didalamnya	SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1	
			17. Ketika mendapatkan produk kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan herbal maka label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian saya	SS = 4 S = 3 TS = 2 STS = 1	

4.6 Alat dan Bahan Penelitian

Alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner
2. Laptop dengan aplikasi IBM SPSS versi 26

4.7 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini berupa angket kuesioner. Instrumen kuesioner harus diukur validitas dan reabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliabel. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Menurut Sugiyono (2015: 230), kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pembagian kuesioner secara langsung.

4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan valid atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung (correlated item total correlations) dengan nilai r tabel (di dapat dari r tabel). Kriteria dalam menentukan validitas: (Darma, 2021)

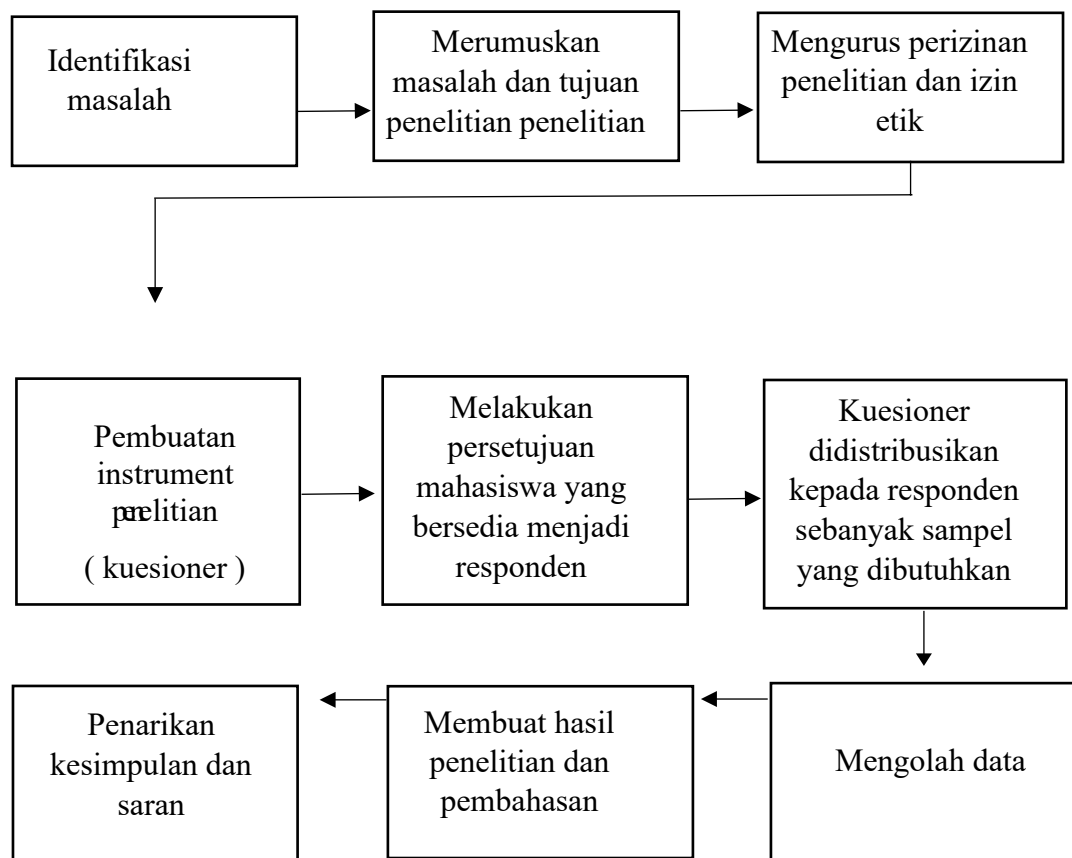
- a. Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan valid
- b. Jika r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan tidak valid.

Menurut Sofyan (2013:55) reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama

pula. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji stastistik *cronbach's alpha* (α) 0,60. Kriteria pengujian reliabilitas:

- a. Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka instrumen yang diuji adalah reliabel.
- b. Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,6$ maka instrumen yang diuji adalah tidak reliabel.

4.9 Prosedur Penelitian



4.10 Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan program IBM SPSS versi 26.0. Informasi tersebut dikumpulkan melalui survey yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang tentang pengaruh faktor label halal dan bahan herbal terhadap keputusan pembelian *skincare*. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas maka selanjutnya akan dilakukan uji normalitas, uji hipotesis dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Teknik penentuan skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Skala Likert untuk mengukur persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang variabel bebas yang diteliti. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Ada dua bentuk pertanyaan yang menggunakan Likert yaitu pertanyaan positif untuk mengukur minat positif, dan bentuk pertanyaan negatif untuk mengukur minat negatif. Pertanyaan positif diberi skor 4, 3, 2, dan 1; sedangkan bentuk pertanyaan negatif diberi skor 1, 2, 3, dan 4. Dalam penelitian ini akan menggunakan empat tipe alternatif jawaban yaitu sebagai berikut: (Riduwan 2009:88).

Tabel 4.2 Skala likert

No	Simbol	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	4
2	S	Setuju	3
3	TS	Tidak Setuju	2
4	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Berdasarkan jawaban responden selanjutnya akan diperoleh satu kecenderungan atas jawaban responden tersebut. Kuesioner yang dibagikan dilakukan menggunakan skala Likert. Maka perhitungan indeks jawaban responden dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = ((F1 \times 1) + (F2 \times 2) + (F3 \times 3) + (F4 \times 4)) / 4$$

Dimana:

F1 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 1 (Sangat Tidak Setuju)

F2 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 2 (Tidak Setuju)

F3 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 3 (Setuju)

F4 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 4 (Sangat Setuju)

Persepsi responden dinyatakan dalam bentuk tinjauan kontinum sehingga dapat diketahui seberapa besar persepsi responden terhadap variabel bebas, apakah terletak pada kategori sangat rendah, sedang, tinggi atau sangat tinggi. Berikut adalah urutan proses pencarian skor ideal tertinggi, skor ideal terendah, Panjang interval kelas, dan tinjauan kontinum variabel berdasarkan rumus dari Riduwan (2009:89).

Jumlah skor tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

Nilai Indeks Maksimal : Skor Tertinggi x Jumlah Soal x Jumlah sampel

Nilai Indeks Minimum : Skor Terendah x Jumlah Soal x Jumlah sampel

Jarak Interval : (Nilai Maksimal – Nilai Minimum) : 5

Presentase Skor : (Total Skor : Nilai Maksimal) x 100

Kriteria Interpretasi Skor :

Angka 0% - 20% = Sangat Lemah

Angka 21% - 40% = Lemah

Angka 41% - 60% = Cukup

Angka 61% - 80% = Kuat

Angka 81% - 100% = Sangat Kuat (Riduwan, 2009:89)

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas selanjutnya dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah instrument penelitian telah terdistribusi secara normal. Selanjutnya dilakukan analisis perhitungan deskripsi menggunakan metode Tingkat Capaian Responden (TCR). Analisis TCR bertujuan untuk mengetahui gambaran karakteristik masing-masing variabel penelitian. Dengan cara menyajikan data ke dalam tabel distribusi frekuensi, menghitung nilai rata-rata, skor total, dan tingkat pencapaian responden (TCR) serta menginterpretasikannya. Analisis ini tidak menghubungkan satu variabel dengan variabel lainnya dan tidak membandingkan satu variabel dengan variabel lainnya. Menurut Sugiyono (2012:207) untuk mencari tingkat pencapaian jawaban responden digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{TCR: Rata-rata Skor/Skor maksimum} \times 100\%$$

Tabel 4. 3 Klasifikasi TCR

No.	Presentasi Pencapaian	Kriteria
1.	85%-100%	Sangat Baik
2.	66%-84%	Baik
3.	51%-65%	Cukup
4.	36%-50%	Kurang Baik
5.	0%-35%	Tidak Baik

Pada tahap terakhir yakni dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda. Uji regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Analisis perhitungan pada uji regresi menyangkut beberapa perhitungan statistika seperti uji signifikansi (uji-t, uji-F), anova dan penentuan hipotesis (Yuliara, 2016).

Uji t dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikan dari nilai *t* hitung masing-masing koefisien regresi dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% ($\alpha = 0,05$)

Kriteria pengujian sebagai berikut:

1. H_a : artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. H_0 : artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Selanjutnya dilakukan Uji kelayakan Model (Uji F). Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji F ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. H_a : artinya variabel-variabel independent tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen
2. H_0 : artinya variabel-variabel independent memiliki pengaruh terhadap variabel dependen

Pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

- b) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Setelah dilakukan Uji t dan Uji F maka tahap pengujian analisis regresi linier berganda yang terakhir yakni dengan melakukan uji determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti (Sugiyono, 2013). Untuk mendapatkan data yang benar, maka instrumen yang digunakan harus valid dan konsisten serta tepat. Oleh karena itu, perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada instrumen yang akan digunakan. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan mampu untuk mengukur variabel yang diteliti (Sulistyaningsih, 2011).

5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas sebuah instrumen dilakukan untuk mengukur seberapa baik alat ukur yang akan digunakan (Fauzi, 2009). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan responden dari mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi UIN Malang. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan SPSS dengan menggunakan uji korelasi person. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dan dinyatakan tidak valid apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$. Koefisien korelasi pembanding $r \text{ tabel}$ yang digunakan adalah dengan taraf signifikan 5%.

5.1.1.1 Uji Validitas Instrumen Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang sebanyak 30 responden. Hal ini sejalan dengan pendapat Sugiyono (2014) yang mengatakan bahwa jumlah minimal uji coba kuesioner adalah 30 responden. Dengan jumlah minimal 30 orang maka distribusi nilai akan lebih mendekati kurve normal. Adapun hasil uji validitas variabel persepsi label

halal terhadap keputusan pembelian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5.1 Hasil uji validitas kuesioner variabel persepsi label halal terhadap keputusan pembelian

No	Hasil		Keterangan
	R hitung	R tabel	
1	0,671	0,361	Valid
2	0,585	0,361	Valid
3	0,611	0,361	Valid
4	0,461	0,361	Valid
5	0,611	0,361	Valid
6	0,550	0,361	Valid
7	0,453	0,361	Valid

Berdasarkan data hasil uji validitas kuesioner pada tabel 5.1, dapat diketahui bahwa nilai r tabel untuk 30 responden dengan taraf signifikan 5% adalah 0,361. Oleh karena itu, seluruh butir pernyataan harus melebihi dari nilai r tabelnya yaitu 0,361. Dari tabel hasil uji validitas pada tabel 5.1 dapat dilihat bahwa dari 7 butir pertanyaan seluruhnya memiliki nilai r hitung melebihi nilai r tabelnya sehingga pada instrumen persepsi label halal terhadap keputusan pembelian seluruh pertanyaannya valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur kuesioner.

5.1.1.2 Uji Validitas Instrumen Persepsi Kandungan Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit

Hasil uji validitas variabel persepsi kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5.2 Hasil uji validitas kuesioner variabel persepsi kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian

No	Hasil		Keterangan
	R hitung	R tabel	
1	0,784	0,361	Valid
2	0,867	0,361	Valid
3	0,696	0,361	Valid
4	0,620	0,361	Valid

Berdasarkan data hasil uji validitas kuesioner pada tabel 5.2, dapat diketahui bahwa nilai r tabel untuk 30 responden dengan taraf signifikan 5% adalah 0,361. Oleh karena itu, seluruh butir pernyataan harus melebihi dari nilai r tabelnya yaitu 0,361. Dari tabel hasil uji validitas pada tabel 5.2 dapat dilihat bahwa dari 4 butir pertanyaan seluruhnya memiliki nilai r hitung melebihi nilai r tabelnya sehingga pada instrument persepsi kandungan bahan herbal seluruh pertanyaannya valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur kuesioner.

5.1.1.3 Uji Validitas Instrumen Persepsi label Halal dan Kandungan Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit

Hasil uji validitas variabel persepsi label halal dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5.3 Hasil uji validitas kuesioner variabel persepsi label halal dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian

No	Hasil		Keterangan
	R hitung	R tabel	
1	0,566	0,361	Valid
2	0,778	0,361	Valid
3	0,786	0,361	Valid
4	0,521	0,361	Valid
5	0,761	0,361	Valid
6	0,756	0,361	Valid

Berdasarkan data hasil uji validitas kuesioner pada tabel 5.3, dapat diketahui bahwa nilai r tabel untuk 30 responden dengan taraf signifikan 5% adalah 0,361. Oleh karena itu, seluruh butir pernyataan harus melebihi dari nilai r tabelnya yaitu 0,361. Dari tabel hasil uji validitas pada tabel 5.3 dapat dilihat bahwa 6 butir pertanyaan seluruhnya memiliki nilai r hitung melebihi nilai r tabelnya sehingga pada instrumen ini seluruh pertanyaannya valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur kuesioner.

5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebuah instrumen dilakukan untuk menunjukkan suatu ukuran pada tingkat kepercayaan dan dapat dilakukan (Arikunto, 2006). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan menggunakan rumus *Cronbach alfa*. Sebuah instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alfa* yang diperoleh $> 0,6$ (Arikunto, 2006).

5.1.2.1 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit

Hasil uji reliabilitas variabel persepsi label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit (*skincare*) adalah sebagai berikut:

Tabel 5.4 Hasil uji reliabilitas kuesioner variabel persepsi label halal terhadap keputusan pembelian

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.626	7

Berdasarkan tabel 5.4 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alfa* yang di dapat dari 7 butir pernyataan sebesar 0,626. Karena nilai *cronbach alfa* yang di dapat lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel persepsi label halal adalah reliabel.

5.1.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Persepsi Kandungan Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit

Hasil uji reliabilitas variabel persepsi kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit (*skincare*) adalah sebagai berikut:

Tabel 5.5 Hasil uji reliabilitas kuesioner variabel persepsi kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.725	4

Berdasarkan tabel 5.5 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alfa* yang di dapat dari 4 butir pernyataan sebesar 0,725. Karena nilai *cronbach alfa*

yang di dapat lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel persepsi bahan herbal adalah reliabel.

5.1.2.3 Uji Reliabilitas Instrumen Persepsi Label Halal dan Kandungan Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit

Hasil uji reliabilitas variabel persepsi label halal dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit (*skincare*) adalah sebagai berikut:

Tabel 5.6 Hasil uji reliabilitas kuesioner variabel persepsi label halal dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.786	6

Berdasarkan tabel 5.6 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alfa* yang di dapat dari 6 butir pernyataan sebesar 0,786. Karena nilai *cronbach alfa* yang di dapat lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel persepsi label halal dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian adalah reliabel.

5.2 Demografi Responden

Data demografi responden pada penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia, dan jurusan dan angkatan responden. Hasil data tersebut dijelaskan sebagai berikut.

5.2.1 Demografi responden berdasarkan jenis kelamin

Data demografi responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5.7 Data Demografi responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	42	42%
Perempuan	58	58%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 5.7 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini paling banyak adalah responden yang berjenis kelamin perempuan. Dimana responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 58 responden (58%) dan jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 42 responden (42%). Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah berjenis kelamin perempuan.

Hal ini sesuai dengan data yang diperoleh peneliti dari biro administrasi akademik kemahasiswaan dan kerjasama bahwa mayoritas populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2021 hingga 2024 yang berjenis kelamin perempuan. Dimana dari total 2511 mahasiswa, jumlah mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan sebesar 1462 mahasiswa (58%), sedangkan jumlah mahasiswa yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 1049 mahasiswa (42%).

5.2.2 Demografi responden berdasarkan usia

Data demografi responden berdasarkan usia dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5.8 Data demografi responden berdasarkan usia

Usia (tahun)	Jumlah	Presentase
18	9	9%
19	25	25%
20	21	21%
21	26	26%
22	14	14%
23	4	4%
24	1	1%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 5.8 di atas, dapat diketahui bahwa usia responden yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu 18-24 tahun dan usia responden terbanyak yaitu usia 21 tahun dengan jumlah responden 26 mahasiswa (26%). Usia 17-24 tahun menurut Burhanuddin (2009) merupakan masa *academia* atau masa dimana seseorang memasuki perguruan tinggi. Kunci perubahan dalam identitas individu terjadi ketika remaja beranjak dewasa atau memasuki masa dewasa awal, yang dimulai pada usia 18 hingga 25 tahun (Santrock, 2011). Pada masa ini, seseorang mengarahkan perilaku dan pribadinya untuk mengeksplorasi berbagai gaya hidup yang meliputi nilai-nilai secara intelektual dan peran sosial (Hurlock, 2013).

5.2.3 Demografi responden berdasarkan jurusan

Data demografi responden berdasarkan jurusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5.9 Data demografi responden berdasarkan jurusan

Jurusan	Angkatan	Frekuensi	Presentase
Manajemen	2021	10	10%
Manajemen	2022	11	11%
Manajemen	2023	13	13%
Manajemen	2024	14	14%
Akuntansi	2021	6	6%
Akuntansi	2022	6	6%
Akuntansi	2023	8	8%
Akuntansi	2024	10	10%
Perbankan Syari'ah	2021	5	5%
Perbankan Syari'ah	2022	5	5%
Perbankan Syari'ah	2023	4	4%
Perbankan Syari'ah	2024	8	8%

Berdasarkan tabel 5.9 di atas, dapat diketahui bahwa terdapat 3 jurusan pada Fakultas Ekonomi UIN Malang pada program strata satu atau S1 dengan jumlah mahasiswa aktif sebanyak 2511 mahasiswa angkatan 2021 sampai dengan Angkatan 2024. Dalam menentukan frekuensi responden yang akan diambil dalam penelitian ini dilakukan perhitungan dengan menjumlah keseluruhan mahasiswa pada salah satu jurusan yang akan dihitung lalu dibagi dengan jumlah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi UIN Malang dan dikalikan sebanyak responden yang diinginkan. Hasilnya responden terbanyak berada pada jurusan manajemen

dengan jumlah responden 48 (48%) mahasiswa. Pada jurusan akuntansi akan diambil responden sebanyak 30 (30%) mahasiswa dan responden paling sedikit berada pada jurusan perbankan syari'ah dengan jumlah responden 22 (22%) mahasiswa.

Diperoleh jurusan manajemen dengan jumlah responden paling banyak dikarenakan populasi mahasiswa pada jurusan ini paling banyak dibandingkan dengan jumlah populasi mahasiswa di jurusan yang lain yakni 1191 mahasiswa. Sementara jumlah populasi mahasiswa jurusan perbankan Syari'ah merupakan populasi paling kecil diantara 2 jurusan yang lain sebanyak 561 mahasiswa. Data ini berdasarkan data dari biro administrasi akademik kemahasiswaan dan kerjasama Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang pada tahun 2024.

5.3 Uji Analisis Bivariat Variabel **Penelitian**

5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat pada suatu penelitian memiliki nilai residual yang terdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016). Uji normalitas juga merupakan syarat sebelum melakukan uji parsial atau uji t. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS 26, yaitu dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan pada uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah apabila nilai signifikansi (asym. Sig.) lebih besar dari 0,05 maka dinyatakan data terdistribusi normal, sebaliknya apabila nilai signifikansi (asym. Sig) kurang dari 0,05 maka data dinyatakan tidak terdistribusi dengan normal. Hasil uji normalitas pada penelitian ini dirangkum pada tabel berikut:

Tabel 5.10 Hasil Uji Normalitas

Test statistic	N	Asymp.Sig (2-tailed)
0,057	100	0, .200 ^{c,d}

Data hasil uji normalitas pada tabel 5.10 di atas menjelaskan bahwa nilai signifikansi pada penelitian ini sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05. sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini terdistribudi secara normal. Sehingga langkah selanjutnya adalah dilakukan uji korelasi antar variabel penelitian.

5.4 Pengaruh Faktor Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

Adanya pengaruh faktor persepsi label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit (*skincare*) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang ini dapat dilihat pada tabel 5.11 berikut:

Tabel 5.11 Hasil Persentase Jawaban Responden tentang Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian

Indikator	Pertanyaan	Skala Likert				Total	Skor	Rata-Rata	TCR%	Kategori
		SS	S	TS	STS					
Persepsi Responden terhadap Keamanan Label Halal	1.Adanya label halal pada kemasan kosmetik perawatan kulit menjamin bahwa kosmetik tersebut tidak mengandung bahan yang membahayakan bagi kesehatan	61	31	8	0	100	353	3,53	88%	Sangat Baik
	2.Label halal pada produk	68	28	3	1	100	363	3,63	91%	Sangat Baik

	kosmetik perawatan kulit memberikan jaminan terbebas dari bahan-bahan haram yang membahayakan bagi kesehatan									
Rata-rata skor indikator pertama								3,58	89%	Sangat Baik
Persepsi Responden terhadap Nilai Keagamaan Skincare berlabel halal	3.Seorang Muslim harus menggunakan produk kosmetik perawatan kulit yang berlabel halal	55	39	6	0	100	349	3,49	87%	Sangat Baik
	4.Label halal pada produk kosmetik perawatan kulit merupakan jaminan kehalalan bagi konsumen muslim	62	36	2	0	100	360	3,60	90%	Sangat Baik
	5.Kosmetik perawatan kulit yang berlabel halal tidak ada unsur najis di dalamnya sehingga tidak mengganggu keabsahan ibadah seorang muslim	52	35	10	3	100	336	3,36	84%	Baik
Rata-rata skor indikator kedua								3,48	87%	Sangat Baik
Persepsi Responden terhadap Kekhusuan Skincare Berlabel Halal	6.Sertifikat halal BPJPH diberikan khusus untuk produk yang telah terjamin kehalalannya sesuai ketentuan sidang fatwa halal MUI	38	36	15	11	100	301	3,01	75%	Baik

	7.Label halal pada produk kosmetik perawatan kulit hanya dikhususkan pada konsumen muslim bukan non muslim	16	20	41	23	100	229	2,29	57%	Cukup
Rata-rata skor indikator ketiga								2,65	66%	Baik
Akumulasi Rata-rata skor								3,272	82%	Baik

Berdasarkan tabel 5.11 di atas diketahui bahwa hasil persentase untuk indikator pertama persepsi responden terhadap keamanan kosmetik perawatan kulit (*skincare*) berlabel halal yaitu 89% dengan kategori sangat baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari (Fawwaz et al., 2021) yang menyatakan bahwa label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* dilihat dari signifikan label halal sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dalam hasil penelitiannya, banyak responden yang karena saat memilih produk yang berlabel halal akan merasa puas, merasa aman dan percaya akan kehalalan dan keamanan produk tersebut. Dari persepsi tersebut proses dimana orang akan memilih, mengatur dan mempertimbangkan produk-produk yang akan dikonsumsi. Setelah adanya persepsi tersebut maka timbullah keyakinan dan sikap masyarakat dengan adanya label halal. Dan pada akhirnya keyakinan dan sikap tersebut mempengaruhi pembelian masyarakat.

Hasil persentase untuk indikator kedua persepsi responden terhadap nilai keagamaan kosmetik perawatan kulit (*skincare*) berlabel halal yaitu 87% dengan kategori sangat baik. Hal ini dapat disebabkan oleh karena label halal pada produk kosmetik memberikan kepastian kepada konsumen Muslim bahwa produk tersebut

bebas dari bahan haram dan najis, sehingga aman digunakan dalam aktivitas sehari-hari tanpa mengganggu keabsahan ibadah, seperti salat. Sertifikasi halal berfungsi sebagai bentuk perlindungan bagi konsumen Muslim, memastikan bahwa produk yang dikonsumsi atau digunakan sesuai dengan syariat Islam. Tanpa label atau sertifikat halal yang sah, konsumen akan kesulitan menilai apakah suatu produk memenuhi standar halal atau tidak (Al Mustaqim, D., 2023). Dan juga karena mahasiswa Fakultas Ekonomi telah diberikan pendidikan keagamaan pada saat menjadi mahasiswa baru selama satu tahun sehingga mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang memiliki pemahaman agama yang cukup baik dan memiliki kesadaran terhadap label halal.

Pada indikator ketiga yakni persepsi responden terhadap kekhususan kosmetik perawatan kulit (*skincare*) berlabel halal memiliki persentase 66%. Hal ini dapat disebabkan karena responden menganggap bahwa produk berlabel halal tidak hanya dapat dikonsumsi oleh konsumen muslim namun juga dapat dikonsumsi oleh konsumen non muslim. Label halal sering diasosiasikan dengan standar kualitas tinggi dan penggunaan bahan-bahan yang aman. Konsumen non-Muslim menganggap produk berlabel halal lebih terpercaya dan bebas dari bahan berbahaya, sehingga mereka merasa lebih aman saat menggunakannya (Citra Ayu A., 2018). Studi menunjukkan bahwa label halal memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen non-Muslim. Hal ini karena label halal dianggap sebagai indikator kualitas dan keamanan produk (Rachman, D. K., 2023). Dengan demikian, label halal pada produk kosmetik perawatan kulit tidak hanya ditujukan untuk konsumen Muslim, tetapi juga menarik minat konsumen non-Muslim karena persepsi positif terhadap kualitas dan keamanan

produk tersebut.

Label halal pada produk *skincare* sejatinya memberikan informasi bahwa produk *skincare* tersebut adalah produk yang halal karena telah melewati proses uji kehalalan oleh badan yang berwenang yaitu BPJPH beserta MUI. Menurut M. Irvan (2019) produk berlabel halal dapat pula mendorong pertumbuhan ekonomi, karena dapat meningkatkan daya saing produk di pemasaran. Selain itu, ilmu pengetahuan dan teknologi dapat berkembang lebih pesat sehingga penggunaan teknologi menuntut agar berbagai pihak dalam pengelolaan produk halal senantiasa mengikuti ilmu pengetahuan dan teknologi. Seterusnya secara kuantitatif, konsumen Muslim adalah mayoritas di Indonesia. Jadi, Indonesia mempunyai potensi pasar yang cukup besar atas produk *skincare* berlabel halal.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel label halal terhadap keputusan pembelian *skincare* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang maka dilakukan analisis data uji t pada analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS 26. Menurut Sugiyono (2014:213) Uji t digunakan untuk menguji hipotesis hubungan antara dua variabel atau lebih apabila terdapat variabel yang dikendalikan. Dari hasil uji t pada analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.12 Hasil Uji t Variabel Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Skincare pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

Variabel bebas	Variabel terikat	N	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Label Halal	Keputusan Pembelian <i>Skincare</i>	100	2.226	1.661	0,028	Berpengaruh

Dasar pengambilan keputusan pada hasil uji t di atas adalah apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < \alpha (0,05)$. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dinyatakan berpengaruh dan apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dinyatakan tidak berpengaruh.

Hasil data pada tabel 5.16 di atas menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel label halal dengan keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit (*skincare*). Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (2.226) > t_{tabel} (1.661)$. Selanjutnya dibuktikan dengan nilai signifikansi keduanya sebesar 0,028 atau $< 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel. Hal ini menunjukkan bahwa H1 (terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian *skincare* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang) diterima, dengan kata lain dinyatakan terdapat pengaruh positif yang signifikan antara adanya label halal dengan keputusan pembelian *skincare*.

Kata ‘positif’ dalam kalimat diatas artinya adalah searah, atau jika variabel X meningkat, maka variabel Y juga akan meningkat, sebaliknya, jika variabel X menurun, maka variabel Y juga menurun.

5.5 Pengaruh Faktor Persepsi Kandungan Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

Adanya pengaruh faktor persepsi kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit (*skincare*) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang ini dapat dilihat pada tabel 5.13 berikut:

Tabel 5.13 Hasil Persentase Jawaban Responden tentang Persepsi Kandungan Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian

Indikator	Pertanyaan	Skala Likert				Total	Skor	Rata-Rata	TCR%	Kategori
		SS	S	TS	STS					
Persepsi Responden terhadap Keamanan Kosmetik Perawatan Kulit yang Mengandung Bahan Herbal	1.Kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan herbal relatif lebih aman bagi kulit	62	31	8	1	100	358	3,58	89%	Sangat Baik
	2.Kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan herbal relatif lebih aman dibandingkan kosmetik perawatan kulit yang mengandung non herbal	68	28	3	1	100	363	3,63	91%	Sangat Baik
Rata-rata skor indikator pertama								3,61	90%	Sangat Baik
Persepsi Responden terhadap Efek Kosmetik Perawatan Kulit yang Mengandung Bahan Herbal	3.Kosmetik perawatan kulit yang menggunakan bahan herbal memberikan khasiat yang baik pada kulit	55	39	6	0	100	349	3,49	87%	Sangat Baik
	4.Kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan herbal mengurangi kemungkinan terjadinya alergi atau iritasi pada kulit	62	36	2	0	100	360	3,60	90%	Sangat Baik
Rata-rata skor indikator kedua								3,54	89%	Sangat Baik
Akumulasi Rata-rata skor								3,575	89%	Sangat Baik

Berdasarkan tabel 5.13 didapatkan hasil persentase untuk indikator pertama persepsi responden terhadap keamanan kosmetik perawatan kulit (*skincare*) yang mengandung bahan herbal yaitu 90% dengan kategori sangat baik. Hal ini dapat disebabkan karena meningkatnya trend “*back to nature*”, dimana masyarakat percaya bahwa senyawa aktif dari bahan alam relatif lebih aman dibandingkan senyawa kimia sintetik. Keanekaragaman hayati yang besar di Indonesia merupakan salah satu faktor pendukung pengembangan produk perawatan kulit dari bahan alam (Zelika Mega R., 2018).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kafka Nafisa Suwarno pada tahun 2024 dalam jurnal pengabdian masyarakat yang berjudul “Edukasi Pemanfaatan Bahan Alam Untuk Kosmetik Guna Membangun Kesadaran Masyarakat” mengemukakan bahwa minat konsumen terhadap produk perawatan kulit yang mengandung bahan-bahan alami telah meningkat secara signifikan. Alasan di balik tren ini termasuk keinginan akan perawatan yang lembut pada kulit, minim risiko iritasi, dan kesadaran akan dampak lingkungan. Perkembangan ini juga mendorong produsen kosmetik bahan alam untuk menghadirkan produk baru yang ramah lingkungan dan responsif terhadap preferensi konsumen.

Penggunaan kosmetik yang tidak aman dapat berbahaya bagi kesehatan tubuh, terutama mengandung bahan kimia seperti hidrokinon dan merkuri yang akan merusak kulit bila digunakan dalam jangka waktu yang lama, maka pentingnya untuk memilih bahan yang aman dan sesuai dengan kebutuhan. Di samping harus bebas dari kandungan bahan-bahan berbahaya, kosmetik yang di jual di Indonesia harus mematuhi peraturan perundang-undangan mengenai standar dan mutu, keamanan serta manfaat. Kosmetik harus mendapatkan nomor notifikasi

kosmetik agar dapat izin edar di Indonesia. Namun nomor notifikasi kosmetik masih merupakan hal yang cukup asing bagi kebanyakan masyarakat (Adjeng et al., 2023).

Hasil persentase pada indikator kedua persepsi responden terhadap efek terapi kosmetik perawatan kulit (*skincare*) yang mengandung bahan herbal yaitu 89% dengan kategori sangat baik. Hal ini dapat disebabkan karena penggunaan bahan alami dalam kosmetik herbal membuat produk ini lebih mudah diterima oleh kulit dan memiliki risiko alergi yang lebih rendah dibandingkan dengan kosmetik sintetis. Selain itu kosmetik herbal mengandung senyawa bioaktif dari tumbuhan yang memiliki efek positif pada kulit, seperti antioksidan dan antimikroba, yang membantu menjaga kesehatan dan kecantikan kulit (Agustin, E. W., dkk, 2024). Selain itu juga dapat disebabkan pula karena sebagian responden menggunakan *skincare* yang mengandung bahan herbal.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian *skincare* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang maka dilakukan analisis data uji t pada analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS 26. Menurut Sugiyono (2014:213) Uji t digunakan untuk menguji hipotesis hubungan antara dua variabel atau lebih apabila terdapat variabel yang dikendalikan. Dari hasil uji t pada analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian, didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 5.14 Hasil Uji t Variabel Persepsi Kandungan Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian Skincare pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

Variabel bebas	Variabel terikat	N	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Kandungan Bahan Herbal	Keputusan Pembelian <i>Skincare</i>	100	4.458	1.661	0,000	Berpengaruh

Dasar pengambilan keputusan pada hasil uji t di atas adalah apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < \alpha$ (0,05). Apabila signifikansi kurang dari 0,05 maka dinyatakan berpengaruh dan apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dinyatakan tidak berpengaruh.

Hasil data pada tabel 5.14 di atas menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel kandungan bahan herbal dengan keputusan pembelian *skincare*. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} (4.458) $>$ t_{tabel} (1.661). Selanjutnya dibuktikan dengan nilai signifikansi keduanya sebesar 0,000 atau $< 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel. Hal ini menunjukkan bahwa H2 (terdapat pengaruh yang signifikan antara kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian *skincare* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang) diterima, dengan kata lain dinyatakan terdapat pengaruh positif yang signifikan antara adanya kandungan bahan herbal dengan keputusan pembelian *skincare*.

Kata ‘positif’ dalam kalimat di atas artinya adalah searah, atau jika variabel X meningkat, maka variabel Y juga akan meningkat, sebaliknya, jika variabel X menurun, maka variabel Y juga menurun.

5.6 Pengaruh Faktor Persepsi Label Halal, dan Kandungan Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

Dari hasil uji parsial sebelumnya atau hasil uji t yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa dua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen pada penelitian ini yakni variabel persepsi label halal dan persepsi kandungan bahan herbal.

Alasan semua variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada penelitian ini dapat dipengaruhi oleh persentase jawaban persepsi responden terhadap kedua variabel independen tersebut pada tabel 5.15 berikut :

Tabel 5.15 Hasil persentase jawaban persepsi label halal, dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian *skincare* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

Indikator	Pertanyaan	Skala Likert				Total	Skor	Rata-Rata	TCR%	Kategori
		SS	S	TS	STS					
Preferensi Pandangan Responden pada Label Halal terhadap Keputusan Pembelian	1.Saat membeli produk kosmetik perawatan kulit saya mempertimbangkan ada tidaknya label halal pada produk kosmetik tersebut	56	36	8	0	100	348	3,48	87%	Sangat Baik
	2.Saya akan membeli kosmetik perawatan kulit yang berlabel halal	56	38	6	0	100	350	3,50	86%	Sangat Baik
	3.Kandungan bahan herbal tidak penting bagi saya ketika saya membeli produk kosmetik perawatan kulit yang berlabel halal	43	42	15	0	100	328	3,28	82%	Baik
Rata-rata skor indikator pertama								3,42	86%	Sangat Baik
Preferensi Pandangan Responden pada Kandungan	4.Saat membeli produk kosmetik perawatan kulit saya selalu mempertimbangkan	48	46	3	3	100	339	3,39	85%	Sangat Baik

Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian	aspek kandungan bahan herbal pada produk kosmetik tersebut									
	5.Saya akan membeli produk kosmetik perawatan kulit yang terdapat kandungan bahan herbal didalamnya	22	56	10	12	100	288	2,88	72%	Baik
	6.Ketika mendapatkan produk kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan herbal maka label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian saya	12	13	36	39	100	168	1,68	42%	Kurang Baik
Rata-rata skor indikator kedua								2,65	66%	Baik
Akumulasi Rata-rata skor								3,035	76%	Baik

Hasil data pada tabel 5.15 di atas dapat diketahui bahwa pada indikator persepsi label halal terhadap keputusan pembelian didapatkan persentase sebesar 86% dengan kategori sangat baik. Hal ini karena label halal memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk kosmetik tersebut bebas dari bahan-bahan haram dan diproses sesuai dengan syariat Islam. Kepercayaan ini meningkatkan minat dan keputusan pembelian konsumen Muslim (Safriani, N., Sari, I. P., & Moulana, R. 2024). Keberadaan label halal pada produk kosmetik menambah rasa percaya konsumen terhadap kualitas dan kehalalan produk tersebut, sehingga mendorong mereka untuk memilih produk berlabel halal dibandingkan yang tidak (Lia, A., Ibdalsyah, I., & Hakiem, H. 2022). Tingkat religiusitas konsumen berperan penting dalam keputusan pembelian. Konsumen dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung memilih produk kosmetik berlabel halal sebagai bentuk kepatuhan terhadap ajaran agama (Azizah, I. N. 2023). Dengan demikian, persepsi positif

terhadap label halal pada produk kosmetik berkontribusi signifikan dalam membentuk keputusan pembelian konsumen, terutama di kalangan masyarakat Muslim.

Selanjutnya pada indikator persepsi bahan herbal terhadap keputusan pembelian didapatkan persentase sebesar 66% dengan kategori baik. Hal ini dapat disebabkan karena konsumen meyakini bahwa kosmetik berbahan herbal lebih aman digunakan dan memiliki khasiat yang efektif, karena berasal dari bahan alami yang minim efek samping. Lalu dengan adanya tren kembali ke alam mendorong konsumen untuk memilih produk kosmetik berbahan herbal, karena dianggap lebih selaras dengan gaya hidup sehat dan ramah lingkungan. Dengan demikian, persepsi positif terhadap kosmetik berbahan herbal berkontribusi signifikan dalam mendorong keputusan pembelian konsumen (Dewati, R., & Saputro, W. A. 2020).

Dan untuk pernyataan ketiga mendapat persentase 42% dengan kategori kurang baik yaitu dapat disebabkan karena konsumen Muslim cenderung memilih produk yang memiliki label halal karena meyakini produk tersebut aman dan sesuai dengan syariat Islam. Meskipun produk kosmetik mengandung bahan herbal, tanpa adanya label halal, konsumen mungkin tetap meragukan kehalalan proses produksi atau bahan tambahan lainnya. Oleh karena itu, label halal tetap menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian (Helsy zella, 2020).

Untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen maka dilakukan analisis data uji F pada analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS 26. Menurut Sugiyono (2014 : 96), Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Model tersebut dapat

disebut layak apabila memiliki nilai Sig F lebih kecil atau sama dengan alpha 0,05.

Dari hasil uji F pada analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.16 Hasil Uji F Variabel Persepsi Label Halal dan Kandungan Bahan Herbal terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	293.494	2	146.747	36.174	.000 ^b
	Residual	393.496	97	4.057		
	Total	686.990	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Label Halal, Kandungan Bahan Herbal						

Dasar pengambilan keputusan pada hasil uji F di atas adalah apabila probabilitas signifikasi nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < \alpha$ (0,05). Apabila signifikansi kurang dari 0,05 maka dinyatakan berpengaruh secara simultan dan apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dinyatakan tidak berpengaruh secara simultan.

Hasil data pada tabel 5.16 di atas menunjukkan adanya pengaruh simultan antara variabel X dengan variabel Y. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} (24.412) $> F_{tabel}$ (3,08824). Selanjutnya dibuktikan dengan nilai signifikansi keduanya sebesar 0,000 atau $< 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh yang simultan antara variabel X terhadap variabel Y. Hal ini menunjukkan bahwa H3 dapat diterima, dengan kata lain dinyatakan terdapat pengaruh simultan antara adanya

variabel X terhadap variabel Y.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diartikan bahwa persepsi label halal, dan kandungan bahan herbal secara bersama-sama dapat mempengaruhi keputusan pembelian *skincare* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang. Adanya label halal pada suatu produk *skincare* memberikan jaminan keamanan bahwa suatu produk *skincare* tersebut tidak mengandung bahan yang membahayakan, bahan yang diharamkan dan bahan yang najis untuk digunakan sedangkan adanya bahan herbal dapat menambah nilai dan meningkatkan daya tarik konsumen terhadap suatu produk *skincare*.

Selanjutnya dilakukan uji koefisien determinasi (R^2) dari hasil regresi linear berganda menunjukkan seberapa besar variabel dependen yaitu keputusan pembelian *skincare* dipengaruhi oleh variabel independen label halal, dan kandungan bahan herbal. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 ^a	.427	.415	2.01412
a. Predictors: (Constant), Label Halal, Kandungan Bahan Herbal				

Berdasarkan pada tabel 5.17 hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) di atas, maka diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,427 hal ini berarti bahwa variabel label halal (X_1), dan kandungan bahan herbal (X_2) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 42,7% terhadap variabel

keputusan pembelian *skincare* (Y). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 57,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.7 Integrasi Sains dan Islam

Integrasi sains dan Islam tidak hanya berarti menyatukan ilmu agama dan ilmu pengetahuan umum saja, tetapi menjadikan ajaran Islam sebagai paradigma perkembangan ilmu sains. Integrasi sains dan Islam termasuk upaya mengimplementasikan ajaran Islam. Agama Islam sangat menghargai dan meninggikan derajat orang yang berilmu, sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al Mujadalah ayat 11 (Departemen agama, 2011) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحَ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ
انْشُرُوا فَانْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya : "Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, "Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis, maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, "Berdirilah kamu," maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Mahateliti apa yang kamu kerjakan."

Ayat di atas menjelaskan keutamaan orang yang memiliki ilmu pengetahuan dan menuntut ilmu karena Allah berjanji akan meninggikan derajat orang – orang yang berilmu (Basyir, 2011). Dalam agama Islam ilmu mempunyai kedudukan yang penting dan menuntut ilmu merupakan kewajiban bagi seluruh umat karena Islam mengajarkan bahwa ilmu adalah kunci dari segala pengetahuan dan kebaikan, ilmu juga berguna sebagai dasar untuk menjalankan ibadah kepada Allah SWT, sehingga Allah SWT akan meninggikan derajat orang

yang berilmu dan memudahkan jalan menuju surga.

Dalam agama Islam, ilmu pengetahuan dipandang sebagai kebutuhan manusia dalam mencapai kesejahteraan hidup di dunia dan sebagai bekal beribadah untuk kehidupan di akhirat kelak (Ainiyah & Karsiyah, 2017). Salah satu pengetahuan yang penting dimiliki oleh umat muslim adalah konsep halal yang dapat berguna untuk membedakan antara yang halal dan haram, hal itu juga akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian dan penggunaan produk halal. Kewajiban menggunakan dan mengonsumsi produk halal sebagaimana diperintahkan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168, yang menjelaskan tentang perintah Allah SWT untuk memakan dan menggunakan segala sesuatu yang di halalkan oleh Allah SWT dan terdapat di bumi, dalam keadaan bersih dan bukan yang najis, yang bermanfaat dan tidak mudharat (Basyir, 2011). Dalam penelitian ini dihubungkan dengan produk kosmetik yang penggunaannya diperbolehkan dalam Islam dengan syarat produk tersebut halal, aman, bersih, dan bukan terbuat dari bahan najis.

Kehalalan produk kosmetik ditunjukkan dengan adanya logo halal yang menempel pada kemasan dan nomor registrasi yang diterbitkan oleh MUI berdasarkan hasil pemeriksaan jaminan halal oleh BPJPH. Hal ini merupakan upaya untuk memberikan petunjuk agar dapat diketahui dan dipahami dengan jelas oleh konsumen sebelum melakukan pembelian sehingga tidak memilih produk yang tidak bersertifikat halal. Kejelasan antara yang halal dan haram, telah disebutkan dalam hadist Riwayat Imam Bukhori dan Muslim :

: عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ النُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ

: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ

إِنَّ الْحَالَ بَيِّنٌ، وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ، وَبَيْنَهُمَا مُشَبَّهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، " فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ، اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ، 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

[رواه البخاري ومسلم]

Artinya : Dari Abu 'Abdillah Nu'man bin Basyir Radhiyallahu anhuma berkata: Aku mendengar Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Sesungguhnya yang halal itu telah jelas dan yang haram pun telah jelas pula. Sedangkan di antaranya ada perkara syubhat (samar-samar) yang kebanyakan manusia tidak mengetahui (hukum)-Nya. Barangsiapa yang menghindari perkara syubhat (samar-samar), maka ia telah membersihkan agama dan kehormatannya. Barangsiapa yang jatuh ke dalam perkara yang samar-samar, maka ia telah jatuh ke dalam perkara yang haram. Seperti penggembala yang berada di dekat pagar larangan (milik orang) dan dikhawatirkan ia akan masuk ke dalamnya. Ketahuilah, bahwa setiap raja memiliki larangan (undang-undang). Ingatlah bahwa larangan Allah adalah apa yang diharamkan-Nya. Ketahuilah, bahwa di dalam jasad manusia terdapat segumpal daging. Jika ia baik, maka baik pula seluruh jasadnya; dan jika ia rusak, maka rusak pula seluruh jasadnya. Ketahuilah, bahwa segumpal daging itu adalah hati. [Diriwayatkan oleh al Bukhari dan Muslim, dan ini adalah lafazh Muslim].

Penelitian ini turut mengimplementasikan integrasi sains dan Islam karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengetahuan tentang kosmetik halal dan keputusan pembelian mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang yang selanjutnya akan dilakukan analisis apakah kedua variabel tersebut berpengaruh

atau tidak. Unsur sains dalam penelitian ini adalah pengetahuan tentang kosmetik halal yang penting untuk diperhatikan karena kosmetik akan digunakan. Pengetahuan tentang kosmetik halal menjadi dasar dalam mengidentifikasi unsur yang diharamkan dalam kosmetik dan memilih kosmetik halal. Sedangkan unsur Islam dalam penelitian ini adalah konsep halal yang menjadi latar belakang mengapa penelitian ini perlu dilakukan, yaitu agar dapat memberikan wawasan tentang kosmetik, kosmetik halal, pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian serta dapat menjadi pertimbangan dalam memilih kosmetik dan lebih memperhatikan logo halal pada saat membeli kosmetik.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal dengan keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang yaitu dengan nilai signifikansi sebesar 0,028 di bawah $<0,05$.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kandungan bahan herbal dengan keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang yaitu dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 di bawah $<0,05$.
3. Terdapat pengaruh simultan antara faktor label halal dan kandungan bahan herbal terhadap keputusan pembelian kosmetik perawatan kulit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang yaitu dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 di bawah $<0,05$.

6.2 Saran

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya yaitu :

1. Diharapkan kedepannya dilakukan penelitian lanjutan dengan responden yang lebih luas misalnya dari seluruh komponen masyarakat yang bukan hanya mahasiswa saja.
2. Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi tiap variabel dalam penelitian ini.
3. Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *skincare*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, M, 2016, Pengaruh Persepsi Label Halal, Citra Merek (Brand Image) dan *Word Of Mouth* (WOM) Terhadap Minat Beli Ulang Produk, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, (Skripsi).
- Antara, I. P. S., Megawati, F., & Dewi, N. L. K. A. A, 2022, Review Artikel: Trend Pemilihan Sediaan Kosmetik Herbal pada Kulit Wajah, *Usadha*, 2(1), 43-50.
- Arifin, A, 2016, Pengaruh Keterampilan Manajerial dan Kepemimpinan Kepala Sekolah terhadap Kinerja Guru di SLTP Kota Palangka Raya, IAIN Palangka Raya, Palangka Raya, (Disertasi).
- Burhanuddin, 2011, Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal Malang, UIN-Maliki Press, Kota Malang.
- El-Farobie Fawwaz. Pengaruh labelisasi halal produk skincare terhadap keputusan pembeli (studi kasus di klinik elsha kota Palembang , *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 2021, Vol 1 No 2.
- Ergina., Nuryanti, Siti., Pursitasari, Indarini, Dwi., 2014, Uji Kualitatif Senyawa Metabolit Sekunder Pada Daun Palado (*Agave Angustifolia*) Yang Diekstraksi Dengan Pelarut Air dan Etanol, *Jurnal Akademi Kimia* 3, (3): 165-172.
- Eugresya, G., Avanti, C., & Uly, S. A, 2017, Pengembangan formula dan uji stabilitas fisik-pH sediaan gel facial wash yang mengandung ekstrak etanol kulit kayu kesambi. *Media Pharmaceutical Indonesiana*, 1(4):181-188.
- Fatkhurrohman, 2015, Pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap niat membeli produk makanan kemasan berlabel halal (studi pada santri mahasiswa pondok pesantren al barokah), Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, (Skripsi).
- Fauziah, F, 2018, Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik, *Lentera: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 1(1).
- Ghozali, Imam, 2016, Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program, IBM SPSS 23 (Edisi 8), Cetakan ke VIII Badan Penerbit, Semarang
- Haryanti Retno, 2017, Krim Pemutih Wajah dan Keamanannya, *Majalah Farmasetika*, Vol.2:3.
- Hasan, K. S, 2015, Pengawasan dan Penegakan Hukum terhadap Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan, *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*,

22(2):290-307.

Hurlock, Elizabeth, 2013, *Perkembangan Anak*, Jakarta: Erlangga

Jaswir, I., Rahayu, E. A., Yuliana, N. D., & Roswiem, A. P, 2020, *Daftar Referensi Bahan-Bahan yang Memiliki Titik Kritis Halal dan Substitusi Bahan Non-Halal* (N. H. Purwanti, Ed.), Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, Jakarta.

Kotler, P., & Keller, K. L, 2016, *A framework for marketing management*. Boston, MA: Pearson, (p.352)

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa: Bob Sabran, Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012, *Marketing Management, Edisi 14*, New Jersey, *Prentice-Hall Published*, United Kingdom.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: *Prentice Hall*, United Kingdom.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2012. *Principles Of Marketing, Edisi 14*, New Jersey: *Prentice-Hall Published*, United Kingdom.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2016, *Marketing Management. Edisi 15. Global Edition. Pearson Education*, United Kingdom.

Mardhotillah, Rachma Rizqina., Putri, E. B. P., Rasyid, R. A., & Sahrin, L. A, 2022, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare*, *Accounting and Management Journal*, 6(1):13-16.

Maulina, N., Rahmadanita, F. F., Rahmita, N. A., & Tamara, Y. (2022). *Pengaruh Label Halal MUI dan Braand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen Kesehatan oleh Masyarakat Muslim di Kota Malang*. *Journal of Islamic Pharmacy*, 7(1), 46-51.

MUI, 2013, *Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan Penggunaannya*, Nomer 26.
Nadeak, B. Y., & Birawan, I. M, 2022, *The selection of moisturizer for treatment of atopic dermatitis*, *Al-Iqra Medical Journal: Jurnal Berkala Ilmiah Kedokteran*, 5(1):30-39.

Nanang Martono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Rajawali Pers, Jakarta.

Noor, M., Malahayati, S., & Nastiti, K, 2023, *Formulasi Dan Uji Stabilitas Sediaan Toner Wajah Ekstrak Buah Pare (Momordica Charantia L) Sebagai Anti Jerawat Dengan Variasi Surfaktan*, *Jurnal Riset Kefarmasian Indonesia*, 5(1):133-145.

- Norisca Aliza Putriana, 2019, Analisis Kimia untuk Deteksi Kandungan Non-Halal pada Kosmetik, *Majalah Farmasetika*, 4 (5):155-164.
- Perwitasari, N. H., & Putsanra, D. V, 2019, Mengenal Arti *Skincare* dan Tahapan Merawat Kulit, *Gaya Hidup*, <https://tirto.id/mengenal-arti-skincaredantahapan-merawat-kulit-eimA>, (18 September 2024 pukul 13.10)
- Priyanka, D. 2019, 5 Alasan Mengapa Anda Perlu Menggunakan *Skincare* Sejak Dini, <https://journal.sociolla.com/beauty/alasan-perlu-menggunakan-skincare-sejak-dini/>, (18 September 2024 pukul 13.47)
- Purnomo D, 2011, Strategi pengembangan agroindustri halal dalam mengantisipasi bisnis halal global, Institut Pertanian Bogor, Bogor, (Disertasi).
- Putra, Y.M, 2014, Produk Kosmetik Tradisional Jadi Unggulan di Tanah Air, Republika, Jakarta.
- Rachmawati, P., Sagala, R. J., & Kambira, P. F, 2021, Tinjauan Pustaka Bentuk Sediaan Tabir Surya Bahan Alam, Keamanan dan Efektivitas Tabir Surya, *Jurnal Farmasi Indonesia*, 13(1):25.
- Ramadhania, Z. M. (2018). Edukasi dan pemanfaatan herbal sebagai bahan kosmetika alami di kecamatan Ciwaringin kabupaten Cirebon. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 7(3), 189-192.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009)
- Rosdiana, F, 2019, Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Garnier Pada Borma Toserba Dago di Bandung, Universitas Komputer Indonesia, Bandung, (Disertasi).
- Sangadji, Etta Mamang. *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: ANDI, 2013)
- Santrock, Jhon W. (2011). *Life – Span Development : Perkembangan Masa Hidup*, Edisi 13, Jilid II. Jakarta : Erlangga.
- Saputry, G, 2019, Langkah Memakai *Skincare* untuk Pemula dan Rekomendasi Produk, *Tips Cantik*, <https://caaantik.com/134093/langkah-memakaiskincare-107-untuk-pemula-dan-rekomendasi-produk.html>, (18 September 2024 pukul 14.00)
- Sastrapradja, S. D., 2012, Perjalanan panjang tanaman Indonesia, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta.
- Sholikhah, B., Fitri, R., & Maharani, Y, 2021, Analisis Pengambilan Keputusan

- Pembelian Kosmetik Berlabel Halal MUI pada Generasi Millennial, Al Maal: *Jurnal of Islamic Economics and Banking*, 2(2):193-211.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sukara, E, 2007, *Bioprospecting dan Strategi Konservasinya*, Prosiding Seminar Tumbuhan Usada Bali dan Peranannya dalam Mendukung Ekowisata, UNUD, LIPI, UNHI. Bali.
- Sutriyanto, E. 2016, *Industri Kosmetik di Indonesia Serap 675 Ribu Tenaga Kesehatan*, Tribun, Jakarta.
- Suwarno, K. N., Pratiwi, V. H., Guseynova, S., Safitri, A. N., Hanifah, I. N., Arafat, A., ... & Kustiawan, P. M. (2024). Edukasi pemanfaatan bahan alam untuk kosmetik guna membangun kesadaran masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 2014-2022.
- Syarofatun, Ana. 2018. *Dampak Pemakaian Kosmetik Berbahan Kimia Terhadap Perkembangan Usaha (Studi kasus Usaha Kosmetik di Desa Sidomulyo, Kecamatan Sungkai Selatan, Kabupaten Lampung Utara)*. Metro, Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Tjiptono, F., 2008, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2015, *Brand Management & Strategy*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tranggono, R.I., dan Fatma, L., 2013, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Wathoni, N. A. S. R. U. L., Haerani, A., Yuniarsih, N., & Haryanti, R. E. T. N. O. (2018). *A review on herbal cosmetics in Indonesia*. *International Journal of Applied Pharmaceutics*, 10(5), 13-16.
- WHO. 2001. *Iron Deficiency Anemia Assessment, Prevention, and Control: Aguide For Programme Managers*. Geneva : WHO
- World Health Organization (WHO). *Maternal Mortality in 2005*. Geneva : Departement of Reproductive Health and Research WHO.
- Yaqub, Ali Mustafa, 2009, *Kriteria Halal-Haram Untuk Pangan, Obat, Dan Kosmetika Menurut ALQur'an Dan Hadist*, PT Pustaka Firdaus, Jakarta.

Lampiran-lampiran

Lampiran 1 - Informed Consent

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI RESPONDEN

(Informed Consent)

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa saya telah mendapat penjelasan secara rinci dan telah mengerti mengenai penelitian yang akan dilakukan oleh Tiara Ristra Dewi dengan judul “Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang”

Saya memutuskan setuju untuk ikut berpartisipasi pada penelitian ini secara sukarela tanpa paksaan. Bila selama penelitian ini saya menginginkan mengundurkan diri, maka saya dapat mengundurkan sewaktu-waktu tanpa sanksi apapun

Mengetahui
Ketua Pelaksana Penelitian

Malang,2025
Yang memberikan persetujuan

(.....)

(.....)

Saksi

(.....)

Lampiran 2 - Kuesioner**KUESIONER PENELITIAN**

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya Tiara Ristra Dewi dari mahasiswa Program Studi Farmasi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang”. Survei ini merupakan kegiatan dalam menyelesaikan tugas akhir di program studi Farmasi UIN Maulana Malik Ibrahim tahun 2024. Untuk keperluan tersebut saya mohon kepada Saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Partisipasi Saudara/i dalam penelitian ini bersifat sukarela dan tidak ada paksaan. Identitas pribadi Saudara/Saudari dari semua informasi yang diberikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk kegiatan survei ini. Terima kasih atas partisipasi yang telah dalam penelitian ini.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Malang,2025

Peneliti

(Tiara Ristra Dewi)

Identitas Responden		
Nama	:	
Jenis Kelamin	:	
Usia	:	
Jurusan	:	Akuntansi
		Manajemen
		Perbankan Syariah
Angkatan	:	2021
		2022
		2023
		2024

Persepsi terhadap Label Halal						
No.	Pertanyaan	Jawaban				Skor (di isi peneliti)
		SS	S	TS	STS	
1.	Adanya label halal pada kemasan kosmetik perawatan kulit menjamin bahwa kosmetik tersebut tidak mengandung bahan yang membahayakan bagi kesehatan					
2.	Label halal pada produk kosmetik perawatan kulit memberikan jaminan terbebas dari bahan-bahan haram yang membahayakan bagi kesehatan					
3.	Seorang Muslim harus menggunakan produk kosmetik perawatan kulit yang berlabel halal					
4.	Label halal pada produk kosmetik perawatan kulit merupakan jaminan kehalalan bagi konsumen muslim					
5.	Kosmetik perawatan kulit yang berlabel halal tidak ada unsur najis di dalamnya sehingga tidak mengganggu keabsahan ibadah seorang muslim					
6.	Sertifikat halal BPJPH diberikan khusus untuk produk yang telah terjamin kehalalannya sesuai					

	ketentuan sidang fatwa halal MUI					
7.	Label halal pada produk kosmetik perawatan kulit hanya dikhususkan pada konsumen muslim bukan non muslim					

Persepsi terhadap Kandungan Bahan Herbal						
No.	Pertanyaan	Jawaban				Skor (di isi peneliti)
		SS	S	TS	STS	
1.	Kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan herbal relatif lebih aman bagi kulit					
2.	Kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan herbal relatif lebih aman dibandingkan kosmetik perawatan kulit yang mengandung non herbal					
3.	Kosmetik perawatan kulit yang menggunakan bahan herbal memberikan khasiat yang baik pada kulit					
4.	Kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan herbal mengurangi kemungkinan terjadinya alergi atau iritasi pada kulit					

Keputusan Pembelian						
No.	Pertanyaan	Jawaban				Skor (di isi peneliti)
		SS	S	TS	STS	
1.	Saat membeli produk kosmetik perawatan kulit saya mempertimbangkan ada tidaknya label halal pada produk kosmetik tersebut					
2.	Saya akan membeli kosmetik perawatan kulit yang berlabel halal					
3.	Kandungan bahan herbal tidak penting bagi saya ketika saya					

	membeli produk kosmetik perawatan kulit yang berlabel halal					
4.	Saat membeli produk kosmetik perawatan kulit saya selalu mempertimbangkan aspek kandungan bahan herbal pada produk kosmetik tersebut					
5.	Saya akan membeli produk kosmetik perawatan kulit yang terdapat kandungan bahan herbal didalamnya					
6.	Ketika mendapatkan produk kosmetik perawatan kulit yang mengandung bahan herbal maka label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian saya					

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS KEDOKTERAN DAN ILMU KESEHATAN

Jl. Locari, Tlekung, Kota Batu. Telepon/Faksimil 03412345
 Website : fkik.uin-malang.ac.id E-mail : fkik@uin-malang.ac.id

Nomor : 2787/FKIK/TL.00/10/2024

30 Oktober 2024

Sifat : Penting

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
 di tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami mengajukan permohonan izin penelitian mahasiswa berikut :

Nama : Tiara Ristra Dewi
 Jurusan : Farmasi
 NIM : 1993010319930103
 Judul Penelitian : Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

Untuk melakukan penelitian pada :

Instansi : Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
 Alamat : Jln. Gajayana No.50, Kota Malang Jawa Timur
 Tanggal Pelaksanaan : 31 Oktober 2024 - 30 Oktober 2024

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Prof. Dr. Apt. Roihatul Muti'ah, SF., M.Kes.
198002032009122003



*Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan aplikasi FKIK E-SIGN yang diterbitkan FKIK UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
 *Untuk pembuktian keaslian dan keutuhan dokumen ini bisa scan Qr Code di atas

Lampiran 4. Sertifikat Etik Penelitian

	KOMISI ETIK PENELITIAN KESEHATAN FAKULTAS KEDOKTERAN DAN ILMU-ILMU KESEHATAN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG Gedung Ibnu Thufail Kampus 3 lantai 2 Jalan Iocari No 01 Desa Tlekung Kec Junrejo, Kota Batu E-mail: kepik.fkik@uin-malang.ac.id Website : http://www.kepik.fkik.uin-malang.ac.id
	Form: 007

PEMBERITAHUAN HASIL KAJI ETIK

NOTIFICATION ON RESEARCH PROTOCOL

Komisi Etik Penelitian Kesehatan (KEPK) Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah menyelenggarakan diskusi mendalam terhadap penelitian:

Judul : Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

Peneliti : Tiara Ristra Dewi

Unit/Lembaga : Prodi Sarjana Farmasi Fakultas kedokteran dan Ilmu Kesehatan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Tempat Penelitian : Fakultas Ekonomi UIN Malang

Dan direkomendasikan hal-hal sebagai berikut:

- ☐ Ditolak/*Rejected*
- ☐ Perlu diperbaiki/*Require revision*
- ☒ **Diterima**
- ☐ Seminar

Komentar :

- Bisa di lanjutkn penelitiannya

Keterangan :

1. Revisi harap dilengkapi dan di upload maksimal 1 minggu dari pertanggal pemberitahuan ini
2. Bagian-bagian yang perlu diperbaiki harap diketik dalam **font warna merah**

Batu, 12 Desember 2024

Ketua



dr. Doby Indrawan, MMRS
 NIP. 197810012023211003

Lampiran 5. Uji Validitas

A. Instrument Label Halal (X1)

		Correlations							
		XA1	XA2	XA3	XA4	XA5	XA6	XA7	Total
XA1	Pearson Correlation	1	.413*	.439*	.296	.253	.232	.000	.671**
	Sig. (2-tailed)		.023	.015	.112	.178	.217	1.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
XA2	Pearson Correlation	.413*	1	.404*	.408*	.139	.218	.000	.585**
	Sig. (2-tailed)	.023		.027	.025	.465	.247	1.000	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
XA3	Pearson Correlation	.439*	.404*	1	.153	.164	.259	.116	.611**
	Sig. (2-tailed)	.015	.027		.421	.386	.168	.543	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
XA4	Pearson Correlation	.296	.408*	.153	1	.234	-.092	.000	.461*
	Sig. (2-tailed)	.112	.025	.421		.213	.628	1.000	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
XA5	Pearson Correlation	.253	.139	.164	.234	1	.047	.137	.611**
	Sig. (2-tailed)	.178	.465	.386	.213		.805	.472	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
XA6	Pearson Correlation	.232	.218	.259	-.092	.047	1	.645**	.550**
	Sig. (2-tailed)	.217	.247	.168	.628	.805		.000	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
XA7	Pearson Correlation	.000	.000	.116	.000	.137	.645**	1	.453*
	Sig. (2-tailed)	1.000	1.000	.543	1.000	.472	.000		.012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.671**	.585**	.611**	.461*	.611**	.550**	.453*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.010	.000	.002	.012	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

B. Instrument Kandungan Bahan Herbal (X2)

		Correlations				
		XB1	XB2	XB3	XB4	Total
XB1	Pearson Correlation	1	.669**	.358*	.274	.784**
	Sig. (2-tailed)		.000	.048	.136	.000
	N	31	31	31	31	31
XB2	Pearson Correlation	.669**	1	.480**	.442*	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.013	.000
	N	31	31	31	31	31
XB3	Pearson Correlation	.358*	.480**	1	.184	.696**
	Sig. (2-tailed)	.048	.006		.321	.000
	N	31	31	31	31	31
XB4	Pearson Correlation	.274	.442*	.184	1	.620**
	Sig. (2-tailed)	.136	.013	.321		.000
	N	31	31	31	31	31
Total	Pearson Correlation	.784**	.867**	.696**	.620**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	31	31	31	31	31

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

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

C. Instrument Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.635**	.297	-.183	.222	.362*	.566**
	Sig. (2-tailed)		.000	.111	.332	.239	.049	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.635**	1	.502**	.224	.465**	.436*	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.234	.010	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.297	.502**	1	.640**	.473**	.473**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.111	.005		.000	.008	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	-.183	.224	.640**	1	.416*	.214	.521**
	Sig. (2-tailed)	.332	.234	.000		.022	.255	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.222	.465**	.473**	.416*	1	.539**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.239	.010	.008	.022		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.362*	.436*	.473**	.214	.539**	1	.756**
	Sig. (2-tailed)	.049	.016	.008	.255	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.566**	.778**	.786**	.521**	.761**	.756**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.003	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 6. Uji Reliabilitas

A. Instrumen Label Halal (X1)

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.626	7			

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
XA1	19.3000	4.286	.469	.541
XA2	19.1333	4.947	.439	.569
XA3	19.2667	4.685	.434	.561
XA4	19.2000	5.200	.284	.605
XA5	20.6333	4.102	.269	.646
XA6	19.6333	4.792	.341	.588
XA7	19.8333	5.178	.260	.611

B. Instrumen Kandungan Bahan Herbal (X2)

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
.725	4			

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
XB1	9.1935	1.695	.566	.632
XB2	9.3871	1.645	.742	.531
XB3	9.2903	1.880	.426	.719
XB4	9.3871	2.112	.361	.745

C. Instrumen Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	14.7000	5.528	.374	.790
Y2	14.7000	4.838	.655	.724
Y3	14.7667	5.013	.683	.723
Y4	14.4667	5.775	.344	.793
Y5	14.9333	4.685	.610	.734
Y6	14.7667	4.530	.583	.743

Lampiran 7. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.00451273
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057
	Negative	-.053
Test Statistic		.57
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Lampiran 8. Tabel T

T Tabel Untuk Alpha α 5% t											
df	0,05	0,025	df	0,05	0,025	df	0,05	0,025	df	0,05	0,025
1	6.314	12.706	53	1.674	2.006	105	1.659	1.983	157	1.655	1.975
2	2.920	4.303	54	1.674	2.005	106	1.659	1.983	158	1.655	1.975
3	2.353	3.182	55	1.673	2.004	107	1.659	1.982	159	1.654	1.975
4	2.132	2.776	56	1.673	2.003	108	1.659	1.982	160	1.654	1.975
5	2.015	2.571	57	1.672	2.002	109	1.659	1.982	161	1.654	1.975
6	1.943	2.447	58	1.672	2.002	110	1.659	1.982	162	1.654	1.975
7	1.895	2.365	59	1.671	2.001	111	1.659	1.982	163	1.654	1.975
8	1.860	2.306	60	1.671	2.000	112	1.659	1.981	164	1.654	1.975
9	1.833	2.262	61	1.670	2.000	113	1.658	1.981	165	1.654	1.974
10	1.812	2.228	62	1.670	1.999	114	1.658	1.981	166	1.654	1.974
11	1.796	2.201	63	1.669	1.998	115	1.658	1.981	167	1.654	1.974
12	1.782	2.179	64	1.669	1.998	116	1.658	1.981	168	1.654	1.974
13	1.771	2.160	65	1.669	1.997	117	1.658	1.980	169	1.654	1.974
14	1.761	2.145	66	1.668	1.997	118	1.658	1.980	170	1.654	1.974
15	1.753	2.131	67	1.668	1.996	119	1.658	1.980	171	1.654	1.974
16	1.746	2.120	68	1.668	1.995	120	1.658	1.980	172	1.654	1.974
17	1.740	2.110	69	1.667	1.995	121	1.658	1.980	173	1.654	1.974
18	1.734	2.101	70	1.667	1.994	122	1.657	1.980	174	1.654	1.974
19	1.729	2.093	71	1.667	1.995	123	1.657	1.979	175	1.654	1.974
20	1.725	2.086	72	1.666	1.993	124	1.657	1.979	176	1.654	1.974
21	1.721	2.080	73	1.666	1.993	125	1.657	1.979	177	1.654	1.973
22	1.717	2.074	74	1.666	1.993	126	1.657	1.979	178	1.653	1.973
23	1.714	2.069	75	1.665	1.992	127	1.657	1.979	179	1.653	1.973
24	1.711	2.064	76	1.665	1.992	128	1.657	1.979	180	1.653	1.973
25	1.708	2.060	77	1.665	1.991	129	1.657	1.979	181	1.653	1.973
26	1.706	2.056	78	1.665	1.991	130	1.657	1.978	182	1.653	1.973
27	1.703	2.052	79	1.664	1.990	131	1.657	1.978	183	1.654	1.973
28	1.701	2.048	80	1.664	1.990	132	1.656	1.978	184	1.653	1.973
29	1.699	2.045	81	1.664	1.990	133	1.656	1.978	185	1.653	1.973
30	1.697	2.042	82	1.664	1.989	134	1.656	1.978	186	1.653	1.973
31	1.696	2.040	83	1.663	1.989	135	1.656	1.978	187	1.653	1.973
32	1.694	2.037	84	1.663	1.989	136	1.656	1.978	188	1.653	1.973
33	1.692	2.035	85	1.663	1.988	137	1.656	1.977	189	1.654	1.973
34	1.691	2.032	86	1.663	1.988	138	1.656	1.977	190	1.653	1.973
35	1.690	2.030	87	1.663	1.988	139	1.656	1.977	191	1.653	1.972
36	1.688	2.028	88	1.662	1.987	140	1.656	1.977	192	1.653	1.972
37	1.687	2.026	89	1.662	1.987	141	1.656	1.977	193	1.653	1.972
38	1.686	2.024	90	1.662	1.987	142	1.656	1.977	194	1.653	1.972
39	1.685	2.023	91	1.662	1.986	143	1.656	1.977	195	1.654	1.972
40	1.684	2.021	92	1.662	1.986	144	1.656	1.977	196	1.653	1.972
41	1.683	2.020	93	1.661	1.986	145	1.655	1.976	197	1.653	1.972
42	1.682	2.018	94	1.661	1.986	146	1.655	1.976	198	1.653	1.972
43	1.681	2.017	95	1.661	1.985	147	1.655	1.976	199	1.653	1.972
44	1.680	2.015	96	1.661	1.985	148	1.655	1.976	200	1.653	1.972
45	1.679	2.014	97	1.661	1.985	149	1.655	1.976			
46	1.679	2.014	98	1.661	1.984	150	1.655	1.976			
47	1.678	2.013	99	1.660	1.984	151	1.655	1.976			
48	1.677	2.012	100	1.660	1.984	152	1.655	1.976			
49	1.677	2.011	101	1.660	1.984	153	1.655	1.976			
50	1.676	2.010	102	1.660	1.983	154	1.655	1.975			
51	1.675	2.008	103	1.660	1.983	155	1.655	1.975			
52	1.675	2.007	104	1.660	1.983	156	1.655	1.975			

Lampiran 9. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.289	1.818		1.809	.074
	Label Halal	.223	.100	.235	2.226	.028
	Kandungan Bahan Herbal	.711	.159	.470	4.458	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Skincare

Lampiran 10. Tabel F

Tabel Nilai $F_{0.05}$																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	40	60	120	
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	244	246	248	249	250	251	252	253	254
2	18,5	19,0	19,2	19,2	19,3	19,3	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5
3	10,1	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,89	8,85	8,81	8,79	8,74	8,70	8,66	8,64	8,62	8,59	8,57	8,55	8,53
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96	5,91	5,86	5,80	5,77	5,75	5,72	5,69	5,66	5,63
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,77	4,74	4,68	4,62	4,56	4,53	4,50	4,46	4,43	4,40	4,37
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,00	3,94	3,87	3,84	3,81	3,77	3,74	3,70	3,67
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,64	3,57	3,51	3,44	3,41	3,38	3,34	3,30	3,27	3,23
8	5,32	4,46	4,07	3,84	3,69	3,58	3,50	3,44	3,39	3,35	3,28	3,22	3,15	3,12	3,08	3,04	3,01	2,97	2,93
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,14	3,07	3,01	2,94	2,90	2,86	2,83	2,79	2,75	2,71
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,98	2,91	2,85	2,77	2,74	2,70	2,66	2,62	2,58	2,54
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,85	2,79	2,72	2,65	2,61	2,57	2,53	2,49	2,45	2,40
12	4,75	3,89	3,49	3,26	3,11	3,00	2,91	2,85	2,80	2,75	2,69	2,62	2,54	2,51	2,47	2,43	2,38	2,34	2,30
13	4,67	3,81	3,41	3,13	3,03	2,92	2,83	2,77	2,71	2,67	2,60	2,53	2,46	2,42	2,38	2,34	2,30	2,25	2,21
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,76	2,70	2,65	2,60	2,53	2,46	2,39	2,35	2,31	2,27	2,22	2,18	2,13
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,71	2,64	2,59	2,54	2,48	2,40	2,33	2,29	2,25	2,20	2,16	2,11	2,07
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,42	2,35	2,28	2,24	2,19	2,15	2,11	2,06	2,01
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,61	2,55	2,49	2,45	2,38	2,31	2,23	2,19	2,15	2,10	2,06	2,01	1,96
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,34	2,27	2,19	2,15	2,11	2,06	2,02	1,97	1,92
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,54	2,48	2,42	2,38	2,31	2,23	2,16	2,11	2,07	2,03	1,98	1,93	1,88
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,51	2,45	2,39	2,35	2,28	2,20	2,12	2,08	2,04	1,99	1,95	1,90	1,84
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,25	2,18	2,10	2,05	2,01	1,96	1,92	1,87	1,81
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,46	2,40	2,34	2,30	2,23	2,15	2,07	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,78
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,44	2,37	2,32	2,27	2,20	2,13	2,05	2,01	1,96	1,91	1,86	1,81	1,76
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,42	2,36	2,30	2,25	2,18	2,11	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,79	1,73
25	4,24	3,39	2,99	2,76	2,60	2,49	2,40	2,34	2,28	2,24	2,16	2,09	2,01	1,96	1,92	1,87	1,82	1,77	1,71
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,33	2,27	2,21	2,16	2,09	2,01	1,93	1,89	1,84	1,79	1,74	1,68	1,62
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,08	2,00	1,92	1,84	1,79	1,74	1,69	1,64	1,58	1,51
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99	1,92	1,84	1,75	1,70	1,65	1,59	1,53	1,47	1,39
120	3,92	3,07	2,68	2,45	2,29	2,18	2,09	2,02	1,96	1,91	1,83	1,75	1,66	1,61	1,55	1,50	1,43	1,35	1,22
	3,84	3,00	2,60	2,37	2,21	2,10	2,01	1,94	1,88	1,83	1,75	1,67	1,57	1,52	1,46	1,39	1,32	1,22	1,00

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)

Lampiran 11. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	293.494	2	146.747	36.174	.000 ^b
	Residual	393.496	97	4.057		
	Total	686.990	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Skincare						
b. Predictors: (Constant), Kandungan Bahan Herbal, Label Halal						

Lampiran 12. Hasil Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 ^a	.427	.415	2.01412
a. Predictors: (Constant), Kandungan Bahan Herbal, Label Halal				

Lampiran 13. Representasi Data Responden Berdasarkan Data Tiap Jurusan

Jurusan	Angkatan	Jumlah mahasiswa		Frekuensi sampel	presentase
		Laki-laki	Perempuan		
Manajemen	2021	118	131	10	10%
Manajemen	2022	137	132	11	11%
Manajemen	2023	160	165	13	13%
Manajemen	2024	154	194	14	14%
Akuntansi	2021	56	91	6	6%
Akuntansi	2022	60	86	6	6%
Akuntansi	2023	82	123	8	8%
Akuntansi	2024	89	172	10	10%
Perbankan Syari'ah	2021	40	83	5	5%
Perbankan Syari'ah	2022	48	82	5	5%
Perbankan Syari'ah	2023	45	70	4	4%
Perbankan Syari'ah	2024	60	133	8	8%

Lampiran 14. Data Diri Responden

No	Inisial Nama	Usia	Jenis Kelamin	Jurusan	Angkatan
1	FNF	20	Perempuan	Manajemen	2021
2	MNBH	24	Laki-laki	Manajemen	2021
3	DR	23	Perempuan	Manajemen	2021
4	HM	22	Laki-laki	Manajemen	2021
5	NA	22	Perempuan	Manajemen	2021
6	LAD	21	Perempuan	Manajemen	2021
7	KA	22	Laki-laki	Manajemen	2021
8	OPL	23	Perempuan	Manajemen	2021
9	MS	23	Perempuan	Manajemen	2021
10	MA	21	Laki-laki	Manajemen	2021
11	APM	21	Laki-laki	Manajemen	2022
12	HB	20	Laki-laki	Manajemen	2022
13	MRM	22	Laki-laki	Manajemen	2022
14	AP	21	Laki-laki	Manajemen	2022
15	F	21	Perempuan	Manajemen	2022
16	MH	21	Laki-laki	Manajemen	2022
17	DI	22	Perempuan	Manajemen	2022
18	NSP	20	Perempuan	Manajemen	2022
19	ZR	20	Perempuan	Manajemen	2022
20	UW	21	Perempuan	Manajemen	2022
21	MJ	20	Perempuan	Manajemen	2022
22	MRZ	22	Laki-laki	Manajemen	2023
23	AA	21	Laki-laki	Manajemen	2023
24	AA	19	Laki-laki	Manajemen	2023
25	RA	20	Laki-laki	Manajemen	2023
26	AS	19	Perempuan	Manajemen	2023
27	UC	20	Perempuan	Manajemen	2023
28	HM	21	Perempuan	Manajemen	2023

29	DF	19	Perempuan	Manajemen	2023
30	AE	20	Laki-laki	Manajemen	2023
31	ANF	22	Laki-laki	Manajemen	2023
32	MH	20	Perempuan	Manajemen	2023
33	SPT	19	Perempuan	Manajemen	2023
34	RM	19	Perempuan	Manajemen	2023
35	RP	20	Perempuan	Manajemen	2024
36	FNA	20	Laki-laki	Manajemen	2024
37	SR	19	Perempuan	Manajemen	2024
38	LWA	19	Laki-laki	Manajemen	2024
39	ADS	18	Perempuan	Manajemen	2024
40	FM	19	Laki-laki	Manajemen	2024
41	NR	19	Perempuan	Manajemen	2024
42	AAR	19	Perempuan	Manajemen	2024
43	RNA	18	Perempuan	Manajemen	2024
44	MH	19	Perempuan	Manajemen	2024
45	ANF	19	Laki-laki	Manajemen	2024
46	ZZ	18	Laki-laki	Manajemen	2024
47	FS	19	Perempuan	Manajemen	2024
48	YU	19	Laki-laki	Manajemen	2024
49	FF	19	Laki-laki	Akuntansi	2021
50	MA	20	Perempuan	Akuntansi	2021
51	RMA	21	Perempuan	Akuntansi	2021
52	YN	22	Laki-laki	Akuntansi	2021
53	AS	23	Perempuan	Akuntansi	2021
54	RM	21	Perempuan	Akuntansi	2021
55	IN	22	Laki-laki	Akuntansi	2022
56	LP	20	Perempuan	Akuntansi	2022
57	NWA	22	Perempuan	Akuntansi	2022
58	AWR	21	Perempuan	Akuntansi	2022
59	SNF	21	Perempuan	Akuntansi	2022
60	FA	22	Laki-laki	Akuntansi	2022

61	SR	21	Perempuan	Akuntansi	2023
62	S	20	Laki-laki	Akuntansi	2023
63	M	20	Perempuan	Akuntansi	2023
64	I	20	Perempuan	Akuntansi	2023
65	SRA	20	Laki-laki	Akuntansi	2023
66	RAW	20	Laki-laki	Akuntansi	2023
67	AF	20	Perempuan	Akuntansi	2023
68	AM	20	Perempuan	Akuntansi	2023
69	UM	19	Perempuan	Akuntansi	2024
70	MB	18	Laki-laki	Akuntansi	2024
71	UH	19	Laki-laki	Akuntansi	2024
72	F	18	Laki-laki	Akuntansi	2024
73	DF	19	Perempuan	Akuntansi	2024
74	PA	19	Perempuan	Akuntansi	2024
75	TN	19	Perempuan	Akuntansi	2024
76	IFA	21	Perempuan	Akuntansi	2024
77	I	21	Perempuan	Akuntansi	2024
78	NB	21	Laki-laki	Akuntansi	2024
79	MU	21	Laki-laki	Perbankan Syariah	2021
80	KNA	22	Perempuan	Perbankan Syariah	2021
81	SNA	21	Perempuan	Perbankan Syariah	2021
82	AS	22	Perempuan	Perbankan Syariah	2021
83	IM	21	Laki-laki	Perbankan Syariah	2021
84	AM	20	Perempuan	Perbankan Syariah	2022
85	FSA	20	Perempuan	Perbankan Syariah	2022
86	HAM	20	Perempuan	Perbankan Syariah	2022
87	AM	21	Laki-laki	Perbankan Syariah	2022
88	F	20	Laki-laki	Perbankan Syariah	2022
89	RNA	20	Perempuan	Perbankan Syariah	2023
90	YN	19	Perempuan	Perbankan Syariah	2023
91	QA	20	Perempuan	Perbankan Syariah	2023
92	NA	19	Laki-laki	Perbankan Syariah	2023

93	AAW	19	Laki-laki	Perbankan Syariah	2024
94	MFH	19	Laki-laki	Perbankan Syariah	2024
95	KI	19	Laki-laki	Perbankan Syariah	2024
96	I	20	Perempuan	Perbankan Syariah	2024
97	HS	20	Perempuan	Perbankan Syariah	2024
98	EA	18	Perempuan	Perbankan Syariah	2024
99	TW	18	Perempuan	Perbankan Syariah	2024
100	MH	19	Perempuan	Perbankan Syariah	2024

Lampiran 15. Hasil Distribusi Jawaban Responden Instrument Label Halal

Responden	Persepsi terhadap label halal							Total	Skor Ideal	%	Keterangan
	XA1	XA2	XA3	XA4	XA5	XA6	XA7				
1	3	3	4	4	4	2	3	23	28	82%	Sangat baik
2	4	3	3	4	4	4	4	26	28	92%	Sangat baik
3	4	4	4	4	4	2	3	25	28	89%	Sangat baik
4	4	4	4	4	3	2	3	24	28	85%	Sangat baik
5	4	1	3	2	4	1	4	19	28	67%	Baik
6	3	4	4	3	4	2	3	23	28	82%	Sangat baik
7	3	3	3	4	4	1	4	22	28	78%	Sangat baik
8	3	4	4	3	3	1	3	21	28	75%	Baik
9	4	4	4	4	4	2	4	26	28	92%	Sangat baik
10	4	4	4	4	4	1	3	24	28	85%	Sangat baik
11	4	4	3	4	4	1	3	23	28	82%	Sangat baik
12	4	2	3	4	4	2	3	22	28	78%	Sangat baik
13	4	4	4	3	3	2	3	23	28	82%	Sangat baik
14	2	4	3	3	3	2	3	20	28	71%	Baik
15	4	3	4	4	4	2	4	25	28	89%	Sangat baik
16	4	3	3	2	4	1	4	21	28	75%	Baik

17	4	3	4	4	4	4	4	27	28	96%	Sangat baik
18	4	4	4	4	4	4	4	28	28	100%	Sangat baik
19	4	3	4	3	4	1	4	23	28	82%	Sangat baik
20	4	4	4	4	4	4	4	28	28	100%	Sangat baik
21	4	3	3	4	4	1	3	22	28	78%	Sangat baik
22	4	4	4	4	4	2	4	26	28	92%	Sangat baik
23	4	4	4	4	4	4	4	28	28	100%	Sangat baik
24	4	4	3	3	3	2	3	22	28	78%	Sangat baik
25	3	3	3	3	3	3	3	21	28	75%	Baik
26	3	4	4	3	3	1	3	21	28	75%	Baik
27	3	3	3	3	3	3	3	21	28	75%	Baik
28	4	4	4	4	4	2	3	25	28	89%	Sangat baik
29	4	4	4	4	4	1	3	24	28	85%	Sangat baik
30	3	4	4	4	4	2	3	24	28	85%	Sangat baik
31	4	4	4	4	4	3	3	26	28	92%	Sangat baik
32	3	4	3	3	1	2	2	18	28	64%	Baik
33	4	4	4	4	4	3	2	25	28	89%	Sangat baik
34	4	4	4	3	3	3	3	22	28	78%	Sangat baik

35	3	3	3	4	2	3	3	21	28	75%	Baik
36	2	3	3	3	2	3	4	20	28	71%	Baik
37	4	4	4	4	1	3	3	23	28	82%	Sangat baik
38	4	4	4	4	2	3	2	23	28	82%	Sangat baik
39	4	4	4	4	4	3	4	27	28	96%	Sangat baik
40	2	3	3	3	2	2	2	17	28	61%	Baik
41	4	4	3	4	3	4	4	26	28	92%	Sangat baik
42	4	4	4	3	4	3	4	26	28	92%	Sangat baik
43	3	4	4	4	2	3	3	23	28	82%	Sangat baik
44	4	3	3	4	2	2	3	21	28	75%	Baik
45	4	4	4	4	3	2	4	23	28	82%	Sangat baik
46	3	3	3	3	2	2	2	18	28	64%	Baik
47	4	4	4	4	4	3	2	25	28	89%	Sangat baik
48	4	4	4	4	2	3	4	25	28	89%	Sangat baik
49	3	4	4	3	1	3	4	22	28	78%	Sangat baik
50	4	3	3	3	2	3	3	21	28	75%	Baik
51	4	4	4	4	2	2	4	24	28	85%	Sangat baik
52	2	3	3	4	1	2	2	17	28	61%	Baik

53	4	4	4	4	3	2	3	22	28	78%	Sangat baik
54	4	3	4	3	2	4	3	23	28	82%	Sangat baik
55	3	4	2	4	1	2	2	18	28	64%	Baik
56	4	4	4	4	2	3	3	24	28	85%	Sangat baik
57	3	4	3	4	2	2	4	22	28	78%	Sangat baik
58	3	4	3	3	2	3	4	22	28	78%	Sangat baik
59	4	4	4	4	3	3	4	26	28	92%	Sangat baik
60	4	3	3	3	2	3	4	22	28	78%	Sangat baik
61	4	4	4	4	1	4	3	24	28	85%	Sangat baik
62	4	4	4	4	2	2	2	22	28	78%	Sangat baik
63	3	3	2	3	1	2	4	18	28	64%	Baik
64	4	4	4	4	4	3	3	26	28	92%	Sangat baik
65	4	4	4	4	1	2	4	23	28	82%	Sangat baik
66	3	4	2	4	1	2	3	19	28	67%	Baik
67	3	4	4	4	3	3	2	23	28	82%	Sangat baik
68	4	4	4	4	3	4	4	25	28	89%	Sangat baik
69	3	3	3	3	3	3	3	21	28	75%	Baik
70	4	4	4	4	1	3	2	22	28	78%	Sangat baik

71	4	4	3	4	1	2	2	20	28	71%	Baik
72	4	4	2	4	3	4	4	23	28	82%	Sangat baik
73	3	3	3	3	2	4	4	22	28	78%	Sangat baik
74	4	4	4	4	1	3	2	22	28	78%	Sangat baik
75	3	3	3	3	3	2	4	19	28	68%	Baik
76	4	4	4	4	1	2	4	23	28	82%	Sangat baik
77	3	3	3	3	2	3	2	19	28	68%	Baik
78	3	4	3	4	1	2	3	20	28	71%	Baik
79	3	4	4	4	4	4	4	27	28	96%	Sangat baik
80	3	4	3	4	3	3	4	22	28	78%	Sangat baik
81	3	4	4	4	2	3	3	23	28	82%	Sangat baik
82	2	2	3	3	2	3	4	19	28	68%	Baik
83	2	4	3	3	1	3	3	19	28	68%	Baik
84	4	2	3	4	1	1	1	16	28	58%	Baik
85	4	4	3	4	1	4	4	24	28	85%	Sangat baik
86	2	3	2	3	2	2	4	18	28	64%	Baik
87	3	4	3	3	1	3	4	21	28	75%	Baik
88	3	4	4	3	3	2	2	21	28	75%	Baik

89	4	4	4	4	1	3	4	24	28	85%	Sangat baik
90	3	3	3	3	3	2	4	19	28	68%	Baik
91	4	4	4	4	3	3	4	24	28	85%	Sangat baik
92	4	4	4	3	2	3	3	23	28	82%	Sangat baik
93	4	4	3	3	1	2	4	21	28	75%	Baik
94	4	4	2	3	2	2	3	20	28	71%	Baik
95	2	3	3	3	2	2	4	19	28	68%	Baik
96	3	3	3	3	3	4	3	22	28	78%	Sangat baik
97	4	4	4	4	3	4	4	27	28	96%	Sangat baik
98	4	4	4	4	3	3	3	25	28	89%	Sangat baik
99	4	4	4	4	4	2	4	26	28	92%	Sangat baik
100	4	4	4	4	4	3	3	26	28	92%	Sangat baik

Keterangan :

Persen (%): $\text{Total Jawaban} / \text{Skor Ideal} \times 100$

% Jumlah Skor	Kriteria	Frekuensi Perilaku Responden
26%-50%	Tidak Baik	0%
51%-75%	Baik	31%
76%-100%	Sangat Baik	69%
Total		100%

Lampiran 16. Hasil Distribusi Jawaban Responden Instrument Kandungan Bahan Herbal

Responden	Persepsi terhadap Kandungan Bahan Herbal				Total	Skor Ideal	%	Keterangan
	XB1	XB2	XB3	XB4				
1	3	3	4	4	14	16	88%	Sangat Baik
2	4	3	3	4	14	16	88%	Sangat Baik
3	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
4	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
5	4	1	3	2	10	16	63%	Baik
6	3	4	4	3	14	16	88%	Sangat Baik
7	3	3	3	4	13	16	81%	Sangat Baik
8	3	4	4	3	14	16	88%	Sangat Baik
9	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
10	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
11	4	4	3	4	15	16	94%	Sangat Baik
12	4	2	3	4	13	16	81%	Sangat Baik
13	4	4	4	3	15	16	94%	Sangat Baik
14	2	4	3	3	12	16	75%	Baik
15	4	3	4	4	15	16	94%	Sangat Baik
16	4	3	3	2	12	16	75%	Baik
17	4	3	4	4	15	16	94%	Sangat Baik
18	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
19	4	3	4	3	14	16	88%	Sangat Baik
20	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
21	4	3	3	4	14	16	88%	Sangat Baik
22	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
23	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
24	4	4	3	3	14	16	88%	Sangat Baik

25	3	3	3	3	12	16	75%	Baik
26	3	4	4	3	14	16	88%	Sangat Baik
27	3	3	3	3	12	16	75%	Baik
28	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
29	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
30	3	4	4	4	15	16	94%	Sangat Baik
31	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
32	3	4	3	3	13	16	81%	Sangat Baik
33	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
34	4	4	4	3	15	16	94%	Sangat Baik
35	3	3	3	4	13	16	81%	Sangat Baik
36	2	3	3	3	11	16	69%	Baik
37	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
38	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
39	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
40	2	3	3	3	11	16	69%	Baik
41	4	4	3	4	15	16	94%	Sangat Baik
42	4	4	4	3	15	16	94%	Sangat Baik
43	3	4	4	4	15	16	94%	Sangat Baik
44	4	3	3	4	14	16	88%	Sangat Baik
45	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
46	3	3	3	3	12	16	75%	Baik
47	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
48	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
49	3	4	4	3	14	16	88%	Sangat Baik
50	4	3	3	3	13	16	81%	Sangat Baik
51	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
52	2	3	3	4	12	16	75%	Baik

53	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
54	4	3	4	3	14	16	88%	Sangat Baik
55	3	4	2	4	13	16	81%	Sangat Baik
56	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
57	3	4	3	4	14	16	88%	Sangat Baik
58	3	4	3	3	13	16	81%	Sangat Baik
59	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
60	4	3	3	3	13	16	81%	Sangat Baik
61	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
62	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
63	3	3	2	3	11	16	69%	Baik
64	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
65	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
66	3	4	2	4	13	16	81%	Sangat Baik
67	3	4	4	4	15	16	94%	Sangat Baik
68	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
69	3	3	3	3	12	16	75%	Baik
70	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
71	4	4	3	4	15	16	94%	Sangat Baik
72	4	4	2	4	14	16	88%	Sangat Baik
73	3	3	3	3	12	16	75%	Baik
74	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
75	3	3	3	3	12	16	75%	Baik
76	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
77	3	3	3	3	12	16	75%	Baik
78	3	4	3	4	14	16	88%	Sangat Baik
79	3	4	4	4	15	16	94%	Sangat Baik
80	3	4	3	4	14	16	88%	Sangat Baik

81	3	4	4	4	15	16	94%	Sangat Baik
82	2	2	3	3	10	16	62%	Baik
83	2	4	3	3	12	16	75%	Sangat Baik
84	4	2	3	4	13	16	81%	Sangat Baik
85	4	4	3	4	15	16	94%	Sangat Baik
86	2	3	2	3	10	16	62%	Baik
87	3	4	3	3	13	16	81%	Sangat Baik
88	3	4	4	3	14	16	88%	Sangat Baik
89	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
90	3	3	3	3	12	16	75%	Baik
91	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
92	4	4	4	3	15	16	94%	Sangat Baik
93	4	4	3	3	14	16	88%	Sangat Baik
94	4	4	2	3	13	16	81%	Sangat Baik
95	2	3	3	3	11	16	69%	Baik
96	3	3	3	3	12	16	75%	Baik
97	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
98	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
99	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik
100	4	4	4	4	16	16	100%	Sangat Baik

Keterangan :

Persen (%): $\text{Total Jawaban} / \text{Skor Ideal} \times 100$

% Jumlah Skor	Kriteria	Frekuensi Perilaku Responden
26%-50%	Tidak Baik	0%
51%-75%	Baik	19%
76%-100%	Sangat Baik	81%
Total		100%

Lampiran 17. Hasil Distribusi Jawaban Responden Instrumen Keputusan Pembelian

Responden	Persepsi terhadap Keputusan Pembelian						Total	Skor Ideal	%	Keterangan
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6				
1	3	3	2	3	2	4	17	24	71%	Baik
2	3	3	3	4	2	3	18	24	75%	Baik
3	4	3	3	3	1	2	16	24	67%	Baik
4	3	2	3	3	3	3	17	24	71%	Baik
5	2	1	4	3	2	3	15	24	62%	Baik
6	4	2	3	3	2	4	18	24	75%	Baik
7	4	2	3	3	2	3	17	24	71%	Baik
8	4	2	2	2	1	3	14	24	58%	Baik
9	3	2	2	2	1	3	13	24	54%	Baik
10	3	2	3	2	2	1	15	24	62%	Baik
11	3	4	2	2	1	2	14	24	58%	Baik
12	4	2	3	3	2	3	17	24	71%	Baik
13	3	2	3	3	2	4	17	24	71%	Baik
14	4	3	2	3	1	3	16	24	67%	Baik
15	3	2	4	3	2	1	17	24	71%	Baik
16	3	2	2	2	2	2	13	24	54%	Baik
17	4	4	4	4	4	2	22	24	92%	Sangat Baik
18	3	3	4	3	2	3	18	24	75%	Baik
19	3	2	3	3	3	3	17	24	71%	Baik
20	4	4	4	4	4	1	23	24	96%	Sangat Baik
21	3	3	2	2	1	3	14	24	58%	Baik
22	4	2	3	3	1	2	15	24	62%	Baik
23	4	4	4	4	4	3	23	24	96%	Sangat Baik

24	4	4	4	4	2	1	21	24	87%	Sangat Baik
25	4	3	3	3	3	2	18	24	75%	Baik
26	4	3	2	3	1	3	16	24	67%	Baik
27	4	3	3	3	1	3	17	24	71%	Baik
28	4	2	2	3	3	4	18	24	75%	Baik
29	4	4	3	3	2	4	20	24	83%	Sangat Baik
30	3	3	3	3	3	1	18	24	75%	Baik
31	4	4	4	4	4	3	23	24	96%	Sangat Baik
32	3	4	3	3	1	3	17	24	71%	Baik
33	4	4	4	4	4	4	24	24	100%	Sangat Baik
34	4	4	4	3	1	3	19	24	79%	Sangat Baik
35	3	3	3	4	2	3	18	24	75%	Baik
36	2	3	3	3	2	3	16	24	67%	Baik
37	4	4	4	4	1	2	19	24	79%	Sangat Baik
38	4	4	4	4	2	4	22	24	92%	Sangat Baik
39	4	4	4	4	4	3	23	24	96%	Sangat Baik
40	2	3	3	3	2	3	16	24	67%	Baik
41	4	4	3	4	3	3	21	24	87%	Sangat Baik
42	4	4	4	3	4	1	23	24	96%	Sangat Baik
43	3	4	4	4	2	3	20	24	83%	Sangat Baik
44	4	3	3	4	2	1	19	24	79%	Sangat Baik
45	4	4	4	4	1	3	20	24	83%	Sangat Baik
46	3	3	3	3	2	2	16	24	67%	Baik
47	4	4	4	4	4	3	23	24	96%	Sangat Baik
48	4	4	4	4	2	2	20	24	83%	Sangat Baik
49	3	4	4	3	3	1	19	24	79%	Sangat Baik
50	4	3	3	3	2	3	18	24	75%	Baik
51	4	4	4	4	2	1	21	24	87%	Sangat Baik

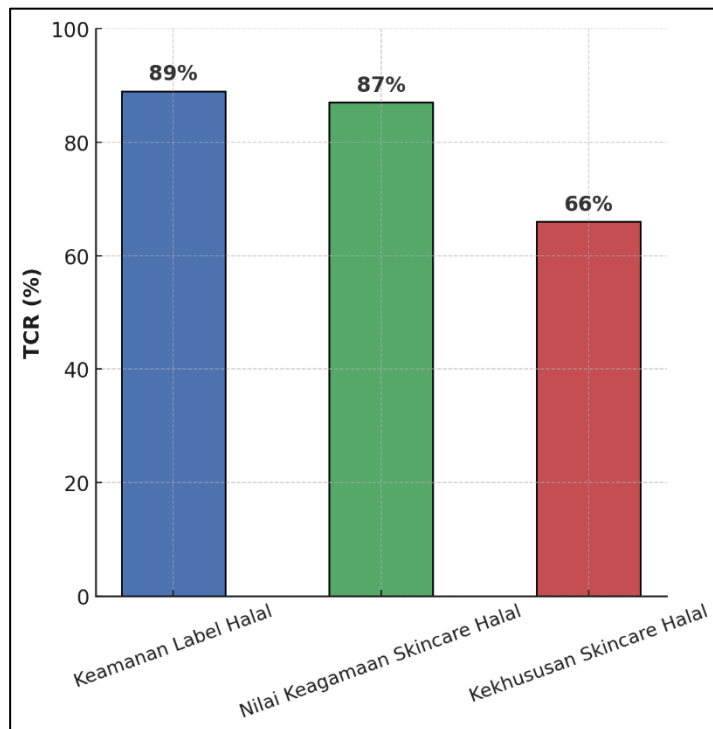
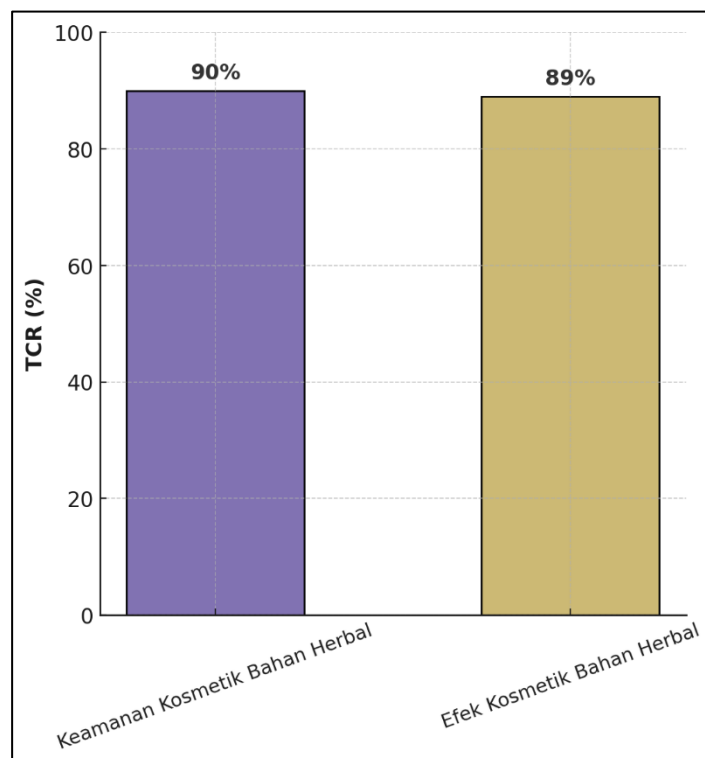
52	2	3	3	4	3	1	16	24	67%	Baik
53	4	4	4	4	3	3	20	24	83%	Sangat Baik
54	4	3	4	3	2	1	17	24	71%	Baik
55	3	4	2	4	3	1	15	24	62%	Baik
56	4	4	4	4	2	2	20	24	83%	Sangat Baik
57	3	4	3	4	2	1	18	24	75%	Baik
58	3	4	3	3	2	2	17	24	71%	Baik
59	4	4	4	4	3	2	21	24	87%	Sangat Baik
60	4	3	3	3	2	2	17	24	71%	Baik
61	4	4	4	4	3	3	20	24	83%	Sangat Baik
62	4	4	4	4	2	4	22	24	92%	Sangat Baik
63	3	3	2	3	1	2	14	24	58%	Baik
64	4	4	4	4	4	2	22	24	92%	Sangat Baik
65	4	4	4	4	3	3	20	24	83%	Sangat Baik
66	3	4	2	4	3	3	17	24	71%	Baik
67	3	4	4	4	3	4	22	24	92%	Sangat Baik
68	4	4	4	4	1	1	21	24	87%	Sangat Baik
69	3	3	3	3	3	1	19	24	79%	Sangat Baik
70	4	4	4	4	3	1	21	24	87%	Sangat Baik
71	4	4	3	4	3	3	19	24	79%	Sangat Baik
72	4	4	2	4	3	2	17	24	71%	Baik
73	3	3	3	3	2	3	17	24	71%	Baik
74	4	4	4	4	1	3	20	24	83%	Sangat Baik
75	3	3	3	3	1	1	17	24	71%	Baik
76	4	4	4	4	1	1	21	24	87%	Sangat Baik
77	3	3	3	3	2	1	18	24	75%	Baik
78	3	4	3	4	1	1	19	24	79%	Sangat Baik
79	3	4	4	4	4	2	21	24	87%	Sangat Baik

80	3	4	3	4	1	3	18	24	75%	Baik
81	3	4	4	4	2	3	20	24	83%	Sangat Baik
82	2	2	3	3	2	4	16	24	67%	Baik
83	2	4	3	3	3	3	16	24	67%	Baik
84	4	2	3	4	3	3	17	24	71%	Baik
85	4	4	3	4	3	3	19	24	79%	Sangat Baik
86	2	3	2	3	3	3	14	24	58%	Baik
87	3	4	3	3	3	2	16	24	67%	Baik
88	3	4	4	3	4	3	20	24	83%	Sangat Baik
89	4	4	4	4	3	1	21	24	87%	Sangat Baik
90	3	3	3	3	3	3	16	24	67%	Baik
91	4	4	4	4	3	3	20	24	83%	Sangat Baik
92	4	4	4	3	2	2	19	24	79%	Sangat Baik
93	4	4	3	3	4	2	17	24	71%	Sangat Baik
94	4	4	2	3	2	3	18	24	75%	Sangat Baik
95	2	3	3	3	2	3	16	24	67%	Baik
96	3	3	3	3	3	3	18	24	75%	Baik
97	4	4	4	4	3	3	22	24	92%	Sangat Baik
98	4	4	4	4	3	2	21	24	87%	Sangat Baik
99	4	4	4	4	4	3	23	24	96%	Sangat Baik
100	4	4	4	4	4	3	23	24	96%	Sangat Baik

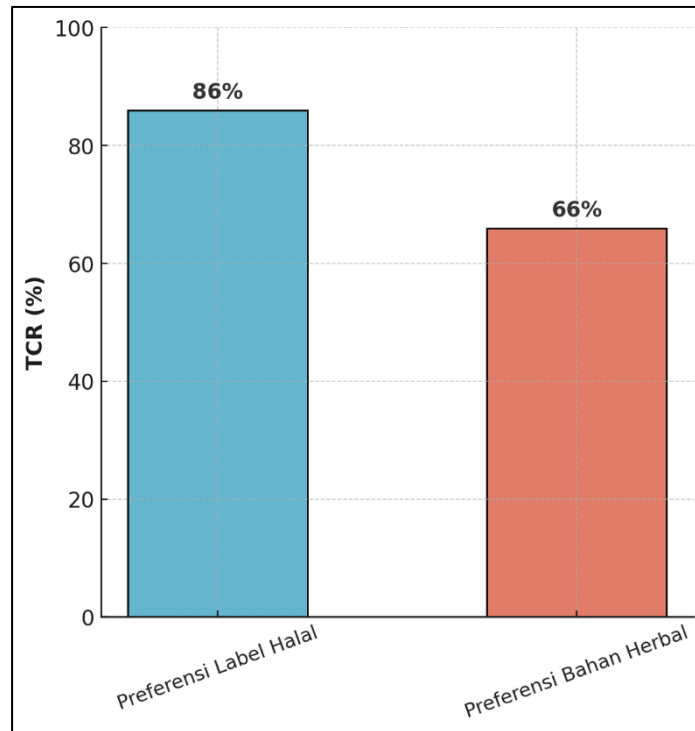
Keterangan :

Persen (%): $\text{Total Jawaban} / \text{Skor Ideal} \times 100$

% Jumlah Skor	Kriteria	Frekuensi Perilaku Responden
26%-50%	Tidak Baik	0%
51%-75%	Baik	47%
76%-100%	Sangat Baik	53%
Total		100%

Lampiran 18. Diagram TCR%**A. TCR% Label Halal****B. TCR% Kandungan Bahan Herbal**

C. TCR% Keputusan Pembelian

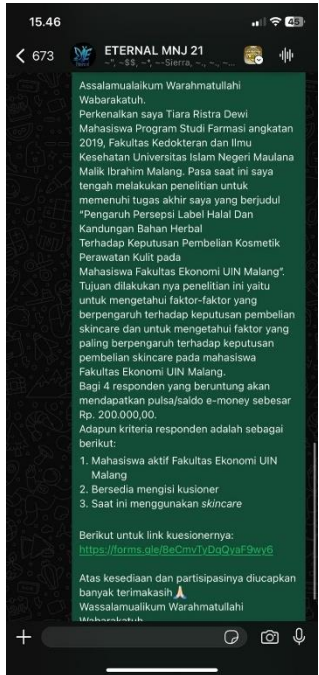
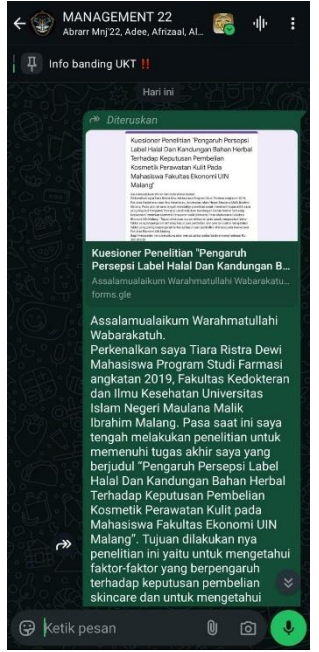


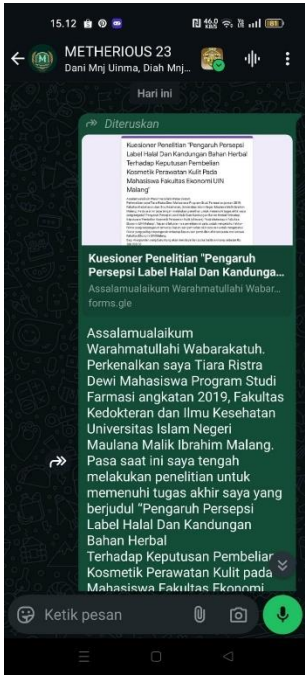
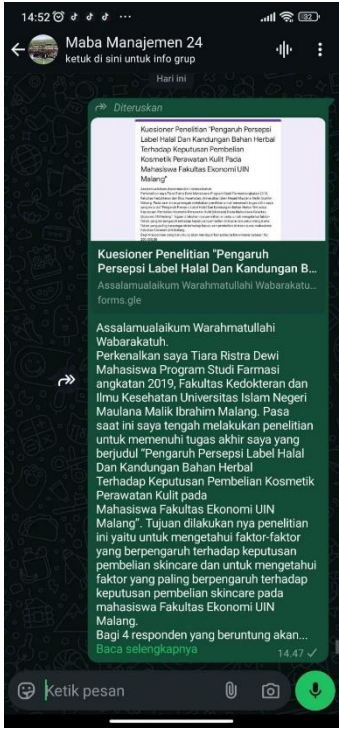
Keterangan :

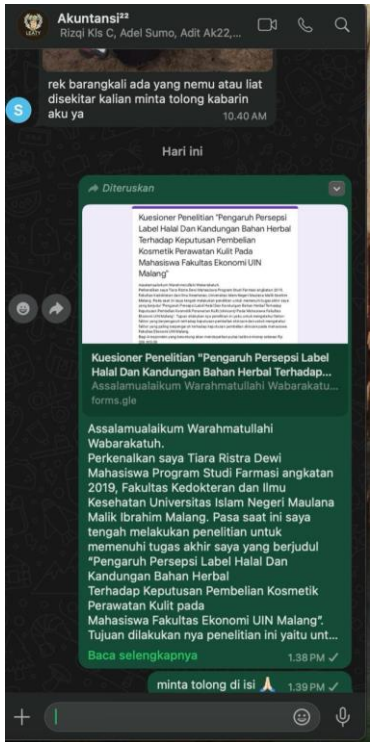
TCR : Rata-rata skor/Skor maksimum x 100%

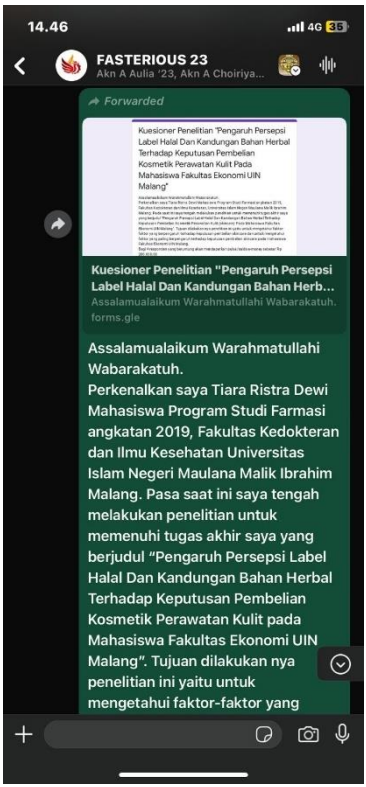
% Persentase Pencapaian	Kriteria
85%-100%	Sangat Baik
66%-84%	Baik
51%-65%	Cukup
36%-50%	Kurang Baik
0%-35%	Tidak Baik

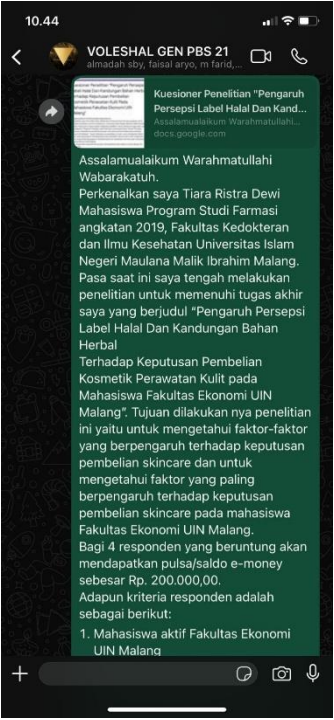
Lampiran 19. Dokumentasi Penyebaran Kuisioner

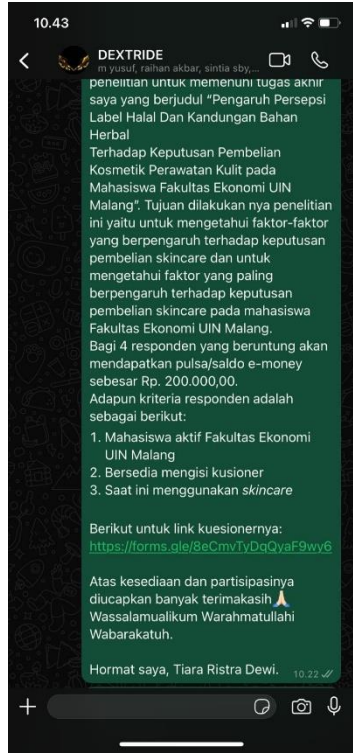
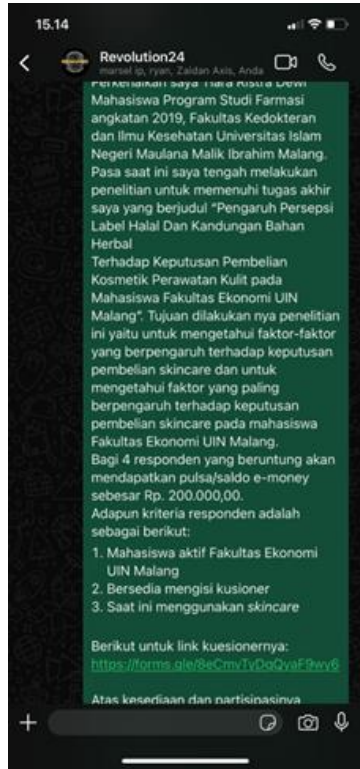
No.	Jurusan	Angkatan	Bukti Sebar Kusioner
1.	Manajemen	2021	
2.	Manajemen	2022	

3.	Manajemen	2023	 15:12 METHERIOUS 23 Dani Mnj Uinma, Diah Mnj... Hari ini Diteruskan Kuesioner Penelitian "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan B... Assalamualaikum Warahmatullahi Wabar... forms.gle Assalamualaikum Warahmatullahi Wabar... Perkenalkan saya Tiara Ristra Dewi Mahasiswa Program Studi Farmasi angkatan 2019, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pasa saat ini saya tengah melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya yang berjudul "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit pada Mahasiswa Fakultas Fknnomi Ketik pesan
4.	Manajemen	2024	 14:52 Maba Manajemen 24 ketuk di sini untuk info grup Hari ini Diteruskan Kuesioner Penelitian "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan B... Assalamualaikum Warahmatullahi Wabar... forms.gle Assalamualaikum Warahmatullahi Wabar... Perkenalkan saya Tiara Ristra Dewi Mahasiswa Program Studi Farmasi angkatan 2019, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pasa saat ini saya tengah melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya yang berjudul "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang". Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare dan untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang. Bagi 4 responden yang beruntung akan... Baca selengkapnya 14.42 ✓ Ketik pesan

5.	Akuntansi	2021	 Kuesioner Penelitian "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Her..." Assalamualaikum Warahmatullahi Wabaraka... forms.gle Assalamualaikum Warahmatullahi Wabaraka... Perkenalkan saya Tiara Ristra Dewi Mahasiswa Program Studi Farmasi angkatan 2019, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pasa saat ini saya tengah melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya yang berjudul "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang". Tujuan dilakukan nya penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare dan untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang. Bagi 4 responden yang beruntung akan... Baca selengkapnya 13.39 ✓ Semoga dilancarkan semua yang sedang penelitian 13.46 ✓ Ketik pesan
6.	Akuntansi	2022	 Akuntansi22 Rizqi Kls C, Adel Sumo, Adit Ak22,... rek barangkali ada yang nemu atau liat disekitar kalian minta tolong kabarin aku ya 10.40 AM Hari ini Diteruskan Kuesioner Penelitian "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang" Kuesioner Penelitian "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap..." Assalamualaikum Warahmatullahi Wabaraka... forms.gle Assalamualaikum Warahmatullahi Wabaraka... Perkenalkan saya Tiara Ristra Dewi Mahasiswa Program Studi Farmasi angkatan 2019, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pasa saat ini saya tengah melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya yang berjudul "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang". Tujuan dilakukan nya penelitian ini yaitu unt... Baca selengkapnya 1.38 PM ✓ minta tolong di isi 1.39 PM ✓

7.	Akuntansi	2023	
8.	Akuntansi	2024	

9.	Perbankan Syari'ah	2021	 10.44 VOLESHAL GEN PBS 21 almadah sbj, faisal aryo, m farid,... Kuesioner Penelitian "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kand..." Assalamualaikum Warahmatullahi... docs.google.com Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Perkenalkan saya Tiara Ristra Dewi Mahasiswa Program Studi Farmasi angkatan 2019, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pasa saat ini saya tengah melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya yang berjudul "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang". Tujuan dilakukan nya penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare dan untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang. Bagi 4 responden yang beruntung akan mendapatkan pulsa/saldo e-money sebesar Rp. 200.000,00. Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut: 1. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi UIN Malang
10.	Perbankan Syari'ah	2022	 16.31 NARADHIPTA Anggun PBS, Bunga PBS, Fadli, Hau... ISO GENDING 21.55 Hari ini Diteruskan Kuesioner Penelitian "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Ke..." Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh... forms.gle Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Perkenalkan saya Tiara Ristra Dewi Mahasiswa Program Studi Farmasi angkatan 2019, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pasa saat ini saya tengah melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya yang berjudul "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang". Tujuan dilakukan nya penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare dan untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang. Bagi 4 responden yang beruntung akan... Baca selengkapnya minta tolong teman" buat isi kuesioner diatas Ketik pesan

11.	Perbankan Syari'ah	2023	 10.43 DEXTRIDE Assalamualaikum, saya ingin menanyakan hal-hal berikut: penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya yang berjudul "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang". Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare dan untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang. Bagi 4 responden yang beruntung akan mendapatkan pulsa/saldo e-money sebesar Rp. 200.000,00. Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut: 1. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi UIN Malang 2. Bersedia mengisi kuesioner 3. Saat ini menggunakan <i>skincare</i> Berikut untuk link kuesionernya: https://forms.gle/8eCmV1vDqQyaF9wy6 Atas kesediaan dan partisipasinya diucapkan banyak terimakasih 🙏 Wassalamualikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Hormat saya, Tiara Ristra Dewi. 10.22
12.	Perbankan Syari'ah	2024	 15.14 Revolution24 Assalamualaikum, saya ingin menanyakan hal-hal berikut: penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya yang berjudul "Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kandungan Bahan Herbal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Perawatan Kulit pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang". Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare dan untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang. Bagi 4 responden yang beruntung akan mendapatkan pulsa/saldo e-money sebesar Rp. 200.000,00. Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut: 1. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi UIN Malang 2. Bersedia mengisi kuesioner 3. Saat ini menggunakan <i>skincare</i> Berikut untuk link kuesionernya: https://forms.gle/8eCmV1vDqQyaF9wy6 Atas kesediaan dan partisipasinya