

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL TERHADAP PEMBELIAN KONSUMEN PADA KOSMETIK WARDAH DI KARTASURA

Monica Rizky¹⁾, Giarti Slamet²⁾

^{1,2)}Universitas Surakarta

E-mail: _giarti_yusri@yahoo.com²⁾

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and halal label on consumer purchasing decisions on Wardah cosmetics in Kartasura. The data needed in this study is primary data obtained from respondents. Data was collected by distributing questionnaires to Wardah cosmetics consumers in Kartasura. Sampling in this study were 60 respondents with accidental sampling technique. This research uses quantitative methods with data analysis techniques including reliability tests, validity tests, statistical tests including T tests, F tests and determinant coefficients. Researchers used SPSS Version 25 tools. From the research results show that the T test on the product quality variable has a significant effect on purchasing decisions because $t_{count} > t_{table}$ with the following translation: t_{count} 3.411 t_{table} 1.29582 with a significant value of 0.01. In the halal label variable the t_{count} value is 2.748 and t_{table} 1.29582 with a significant value of 0.00 which means the hala label variable has a significant effect on purchasing decisions. The results of product quality and halal labels have a simultaneous effect on purchasing decisions because the results of $F_{count} > F_{table}$ with the results of F_{count} 63,018 and F_{table} 2.40 and are significant at 10%. % and 32.2% were influenced by other variables not examined.

Keywords: Product Quality, Halal Label, On Consumer Purchases

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang selalu mengalami perubahan menuntut kebutuhan wanita terhadap produk kosmetik dan perawatan kulit semakin berkembang pesat. Tidak jarang kosmetik menjadi kebutuhan primer dalam daftar belanjaan di setiap bulannya. Kebanyakan wanita lebih sering menggunakan uangnya untuk membelanjakan kosmetik, alat-alat perawatan kecantikan, rambut, pakaian, dan sebagainya (Kasali, 2010:34). Maraknya kosmetik yang terjual bebas mulai yang belum bersertifikat halal sampai yang sudah bersertifikat halal membuat kita harus lebih selektif dalam memilih produk kosmetik yang akan digunakan.

Kosmetik ilegal banyak yang mengandung bahan pemutih lainnya dapat merusak jaringan kulit yang berdampak

pada penyakit seluruh tubuh, organ-organ vital, bahkan menyebabkan depresi. Penyakit tersebut diantaranya seperti: muka bengkak, gatal-gatal dan iritasi, kalau hal ini dibiarkan akan terjadi kanker kulit.

Label “Halal” suatu produk baik kosmetik

ataupun obat-obatan akan menjadi sangat penting khususnya di Indonesia yang mayoritas muslim. Kosmetik maupun obat-obatan disebut halal apabila bahan baku yang dipilih dan kandungan zat didalamnya sesuai dengan syari’at islam serta telah memperoleh sertifikat halal dari MUI. Label “Halal” yang tertera pada kemasan produk disahkan oleh Lembaga khusus yaitu LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan dan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) berikut label halal resmi dari MUI:



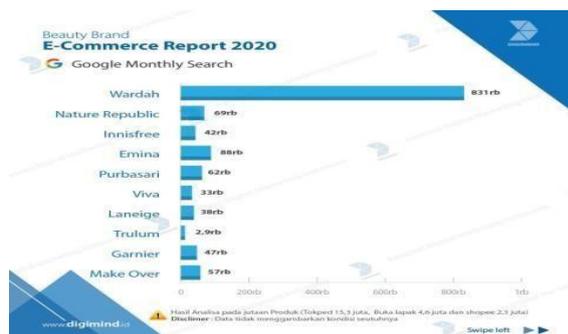
Sumber: SK Direktur LPPOM MUI tentang Logo Halal

Di Indonesia Salah satu produk kosmetik yang sudah memiliki sertifikasi LPPOM MUI adalah Wardah yang diproduksi oleh Innovation.

Komitmen Wardah dalam menciptakan kosmetik halal diapresiasi oleh *Euromonitor Internasional In Cosmetics Paris* tahun 2016, kosmetik halal ini mendapatkan *Global Fastest Growing Brand* tahun 2014-2015 dengan rentang pertumbuhan (20% - 100% pertumbuhan). (Makmun 2016) Tidak hanya itu, PT PTI selalu berinovasi menciptakan produk-produk baru dan memperbaiki kualitas produk lama kearah yang lebih baik. Produk Wardah mengandung bahan baku yang aman dan halal, dan memang sengaja diciptakan untuk kenyamanan dan ketenangan kaum wanita dan pria yang menggunakannya.

Meskipun berlabel halal, Wardah tidak hanya diperuntukkan bagi muslimah saja tapi juga non- Muslim. Ibu Nurhayati selaku sebagai CEO Wardah menuturkan bahwa kulit wanita Asia berbeda dengan kulit wanita Eropa dan Amerika. Lapisan dermis kulit wanita Asia cenderung lebih tipis, sehingga lebih sensitif dan rentan terhadap unsur-unsur yang ada dalam kosmetik.

Berikut tabel kosmetik Wardah beberapa tahun terakhir sbb:



Sumber: Pionir Kosmetik Halal, Data Penjualan Wardah, <https://compas.co.id>.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada *report* data penjualan tahun 2020 Wardah menempati posisi teratas kosmetik yang paling diminati, Dalam penelitian ini, Peneliti ingin mengukur dan meneliti seberapa besar dan sejauh mana dampak kualitas produk dan label halal yang dimiliki oleh Wardah terhadap keputusan pembelian konsumen pada kosmetik Wardah di Kartasura. Hal diatas merupakan alasan peneliti mengapa peneliti lebih memilih kosmetik wardah sebagai bahan tinjauan dalam penelitian.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti mengambil judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Label Halal Pada Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kosmetik Wardah Di Kartasura”

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2006:299), “*product quality is the ability of a product to perform its function, it includes the product’s several durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” artinya kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, itu termasuk daya tahan beberapa produk, keandalan, presisi, kemudahan operasi dan perbaikan, dan atribut berharga lainnya.

Menurut Tjiptono (2012:121) kualitas produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dapat mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Indikator Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2012: 121) kualitas produk memiliki 8 indikator, antara lain yaitu :

- Performance* (kinerja)
- Durability* (daya tahan)
- Conformance to specification* (kesesuaian dengan spesifikasi)
- Features* (fitur)
- Reliability* (keandalan)
- Aesthetics* (estetika)
- Perceived Quality* (kesan kualitas)
- Serviceability*

Label Halal

Menurut Rangkuti (2010:108) Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan atau produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal .

Menurut Yuswohady (2015:23) Pencantuman logo halal tersebut bertujuan agar konsumen dapat perlindungan kehalalan dan kenyamanan atas pemakaian produk tersebut.

Fatwa MUI No.01 Tahun 2011 tentang “ Penetapan Produk Halal”. Komisi Fatwa MUI dalam rapat komisi dengan LP POM MUI pada Rabu 30 Muharam 1432 H/ 5 Januari 2011 M, setelah menimbang, mengingat, memperhatikan, dan memutuskan bahwa makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik dan lain-lain yang akan dikonsumsi atau dipergunakan oleh umat islam wajib diperhatikan dan diyakini kehalalannya dan kesuciannya. (Amiin et.al 2011)

Indikator Label Halal

Menurut Sheth (1999:85) mengukur persepsi label halal menggunakan empat indikator, antara lain:

- Keamanan (*safety*)

- b. Nilai keagamaan (*religious value*)
- c. Kesehatan (*health*)
- d. Kekhususan (*exclusivity*)

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2009:188) menyatakan bahwa Keputusan Pembelian adalah tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan: merek, penyalur, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran

Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2016:183) ada beberapa indikator keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut:

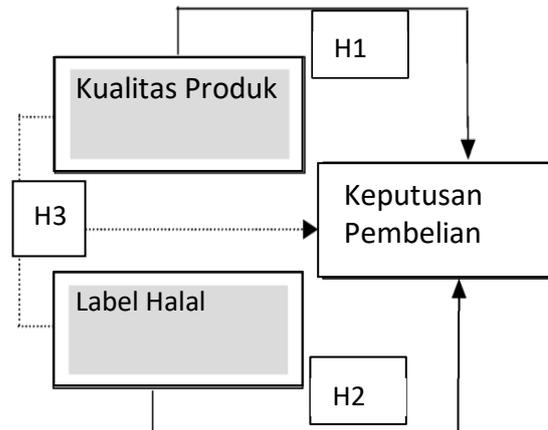
- a. Pemilihan merek
- b. Pemilihan tempat penyalur
- c. Waktu pembelian
- d. Metode pembayaran

Hasil penelitian: Analisis Kualitas Produk dan Label Halal Pada Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah study Kasus Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Periode 2015/2016 oleh Siti Nur'aini (2016). Terbukti kualitas produk label halal secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.

Hasil Penelitian : Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. Diperoleh hasil mengenai pengaruh dari label halal dan kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian berpengaruh signifikan.

Hasil Penelitian : Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (studi kasus konsumen di Pajus Medan) oleh Siti Suriati Rahmi (2018) menunjukkan bahwa variabel independen label halal dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah sebesar 68,6% dengan variabel label halal yang dominan memperoleh respon positif dari konsumen produk Wardah.

Kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H₁ = Kualitas produk kemungkinan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada kosmetik wardah di Kartasura
2. H₂ = Label Halal kemungkinan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada kosmetik wardah di Kartasura
3. H₃ = Kualitas produk dan Label Halal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada kosmetik wardah di Kartasura.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Kasiram (2008:149), Pengertian penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan proses data-data yang berupa angka sebagai alat menganalisis dan melakukan kajian penelitian, terutama mengenai apa yang sudah diteliti.

Dalam penelitian ini mengambil objek penelitian pada konsumen pengguna kosmetik Wardah di Kartasura. Ruang lingkup penelitian dalam penelitian ini hanya pada variabel-variabel yang berkaitan dengan kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah.

Populasi pada penelitian kali ini adalah konsumen baik pria maupun wanita yang melakukan pembelian kosmetik Wardah di Kartasura.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental*. Menurut Sugiyono (2016:124) sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang membeli wardah yang mana secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai

sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Maka dari itu sampel akan diambil adalah seseorang yang membeli produk Wardah di Kartasura. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan selama 3 hari dengan target sebagai berikut :

- a) Hari pertama 25 pembeli
- b) Hari kedua 25 pembeli
- c) Hari ketiga 10 pembeli

Total sampel untuk kuesioner adalah 60 konsumen selama 3 hari

Definisi Konseptual

Berdasarkan landasan teori yang telah dijabarkan diatas, maka definisi konseptual dari masing-masing variabel adalah :

a. Kualitas Produk (X_1)

Menurut Tjiptono (2012:121) kualitas produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

b. Label halal (X_2)

Menurut (Rangkuti, 2010:8) label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan atau produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal

c. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Keller (2009:188) menyatakan bahwa : “Keputusan pembelian adalah tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan: merek, penyalur, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran.

Definisi Operasional

Penjelasan definisi operasional variabel dari penelitian ini adalah :

a. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk adalah satu kesatuan beberapa aspek seperti kelebihan, kegunaan dan seberapa mampukah produk tersebut memenuhi kepuasan pelanggan sesuai dengan kebutuhan.

Variabel tersebut diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut kualitas produk menurut Tjiptono (2012:121)

- 1) *Performance* (kinerja)
- 2) *Durability* (daya tahan)

3) Kesesuaian dengan spesifikasi

4) Fitur

5) Reabilitas Keandalan

6) Estetika

7) Kesan kualitas

8) *Serviceability*

b. Label Halal (X_2)

Label halal merupakan bagian dari sebuah produk yang tercantum pada kemasan yang berfungsi sebagai status kehalalan suatu produk dibawah pengawasan LPPOM-MUI

Indikator label halal menurut Sheth (1999:85) sebagai berikut :

1) Keamanan (*Safety*).

2) Nilai keagamaan (*Religious Value*)

3) Kesehatan (*Health*)

4) Kekhususan (*Exclusivity*)

c. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan sebuah proses konsumen untuk memilih dan mendeteksi kemampuan suatu produk yang dibutuhkan sesuai dengan *utilitas* produk tersebut sebelum memutuskan untuk membeli.

1) Pemilihan Produk

2) Pemilihan merek

3) Pemilihan tempat penyalur

4) Waktu Pembelian

5) Metode Pembayaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji reliabilitas dikatakan reliabel apabila semua variabel jawaban kuesioner memiliki nilai *Cronbach Alphas* lebih dari 0.60. Berikut hasil Uji Reliabilitas :

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel

No.	Variabel	<i>Cornbach's Alpha</i>	<i>N Of Items</i>	Ket.
1.	Kualitas Produk (X_1)	0.917	17	<i>Reliable</i>
2.	Label Halal (X_2)	0.919	6	<i>Reliable</i>
3.	Keputusan Pembelian (Y)	0.875	4	<i>Reliable</i>

Sumber: data primer yang diolah SPSS Versi 25

Dari hasil uji reliabilitas untuk jawaban kuesioner dapat diketahui bahwa masing-masing memiliki *Cronbach Alphas* lebih dari 0.60. Dengan hasil *alpha* sebesar itu maka dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner variabel X_1 , X_2 dan Y *reliable*.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std.	Beta		
1.(Constant)	.669	1.689		.396	.693
X1 Total	.143	.042	.478	3.411	.001
X2 Total	.273	.099	.385	2.748	.008

Sumber : data primer yang diolah SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil output SPSS ver 25 for windows pada tabel diatas diatas maka persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = 0.669 + 0.143X_1 + 0.273X_2 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah sebagai berikut:

a. $\beta_0 = 0.669$

Nilai konstanta sebesar 0.669 maka hal ini dapat diinterpretasikan bahwa apabila kualitas produk adalah konstan (tidak berubah), maka kualitas produk adalah sebesar 0.669.

b. $\beta_1 = 0.143$

Variabel kualitas produk (X1) mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 0.143 artinya, jika variabel kualitas produk (X1) mengalami peningkatan sebesar 0.143 maka keputusan pembelian akan meningkatkan secara linear sebesar 0.143. Sebaliknya jika variabel kualitas produk (X1) mengalami penurunan maka keputusan pembelian akan mengalami penurunan.

c. $\beta_2 = 0.273$

Variabel label halal (X2) mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 0.273 artinya jika variabel label halal (X2) mengalami peningkatan sebesar 0.273 maka keputusan pembelian akan meningkat secara linear sebesar 0.273. Sebaliknya jika variabel label halal (X2) mengalami penurunan maka keputusan pembelian juga akan menurun.

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama variabel bebas secara signifikan terhadap variabel terikat. Apabila Fhitung > Ftabel dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak.

Tabel 3. Hasil Uji F (Parsial)

Model	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	130.590	2	65.295	63.018	.000b
Residual	59.060	57	1.036		
Total	189.650	59			

Sumber : data primer yang diolah SPSS Versi 25

Hasil perhitungan statistik uji F pada tabel diatas menunjukkan nilai Fhitung sebesar 63.018 setelah itu dibandingkan dengan nilai Ftabel sebesar 2.40 dengan signifikan sebesar 10% (0,10). Jadi dapat disimpulkan bahwa Fhitung > Ftabel atau 63.018 > 2.40, ini berarti bahwa independen variabel kualitas produk(X1) dan label halal (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan.

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikatnya. Apabila thitung > ttabel maka dapat dikatakan signifikan yaitu terdapat variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikatnya. Berikut ini hasil dari uji t :

Tabel 4. Hasil Uji t (Simultan)

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1.(Constant)	.669	1.689		.396	.693
X1 Total	.143	.042	.478	3.411	.001
X2 Total	.273	.099	.385	2.748	.008

Sumber : data primer yang diolah SPSS Versi 25

Analisa uji t pada tabel diatas untuk variabel kualitas produk, nilai thitung adalah sebesar 3.411 sementara itu nilai ttabel distribusi 0.10 (10%) sebesar 1.29582 maka thitung > ttabel atau 3.411 > 1.29582 dan nilai signifikan yaitu 0.01 > 0.00 artinya individual variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk Wardah.

Sedangkan untuk variabel label halal menunjukkan nilai thitung adalah sebesar 2.748 sementara itu nilai pada ttabel distribusi 0.10 (10%) sebesar 1.29582 maka thitung > ttabel atau 2.748 > 1.29582 dan nilai signifikan yaitu 0.00 < 0.10 artinya secara individual variabel label halal

(X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan data diatas variabel kualitas produk dan label halal secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Wardah, dengan demikian hipotesis pertama dan hipotesisi kedua yang diajukan dapat diterima. Dari kedua variabel tersebut yang paling dominan berpengaruh yaitu kualitas produk (X1) yang memperoleh $t_{hitung} = 3.411$

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk menjelaskan seberapa besar kemampuan variabel independen (kualitas produk dan label halal) terhadap variabel dependen. Berikut ini hasil uji determinasi :

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.830	.689	.678	1.028

Sumber: data primer yang diolah SPSS versi 25

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* memiliki nilai sebesar 0.678 yang artinya bahwa variabel kualitas produk dan label halal memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 67.8% dan sebesar 32.2% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

ANALISIS HASIL PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis yang diajukan yaitu adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan dapat diterima. Diketahui dari hasil analisis regresi diperoleh keterangan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli secara signifikan. Ini berarti semakin baik kualitas produk Wardah maka semakin baik keputusan pembelian konsumen pada kosmetik Wardah. Besarnya pengaruh variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen adalah 3.411 dengan nilai signifikan adalah 0.001. Hasil analisa regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas produk merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah di Kartasura.

Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis yang diajukan yaitu adanya label halal terhadap keputusan pembelian dapat diterima. Diketahui dari hasil analisis regresi diperoleh keterangan bahwa variabel label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara signifikan. Besarnya pengaruh label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen adalah 2.748 dengan nilai signifikan 0.008. Hasil tersebut menunjukkan bahwa label halal menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh secara simultan kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian konsumen dapat diterima.

Diketahui dari hasil analisa regresi diperoleh keterangan bahwa variabel independen kualitas produk dan label halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Besarnya pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen secara simultan adalah 63.018 dengan nilai signifikan yaitu sebesar 0.00.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada kosmetik Wardah di Kartasura dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji t untuk variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada kosmetik Wardah di Kartasura, karena pada tabel 4.10 diperoleh nilai t hitung yaitu 3.411 dan t tabel 1.29582 ($3.411 > 1.29582$) dimana dirumuskan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$.
2. Hasil uji t untuk variabel label halal (X2) pada tabel 4.10 diperoleh nilai t hitung 2.748 dan t tabel 1.29582. Hal ini berarti t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2.748 > 1.29582$. Maka dapat disimpulkan bahwa label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada kosmetik Wardah.
3. Hasil uji F secara simultan diperoleh hasil F hitung 63.9018 dan F tabel 2.40 dengan tingkat

signifikansi 0.000 dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan label halal secara bersama-sama dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

4. Variabel yang paling dominan berpengaruh pada penelitian ini adalah variabel kualitas produk (X1) yang memperoleh nilai t hitung 3.411. Dilihat dari koefisien determinasi diperoleh hasil bahwa Adjusted R Square memiliki nilai sebesar 0.678 yang artinya variabel kualitas produk dan label halal memberikan pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 67.8% dan sisanya 32.2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan Peneliti adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel kualitas produk (X1) pada item X1.4 terkait masa penyimpanan produk memiliki skor terendah. Hal ini jika dibiarkan tentu akan mengurangi efektivitas atau kinerja kosmetik atau *skincare* tersebut, maka diharapkan perusahaan mengemas produk Wardah dengan kemasan yang lebih *safety* sehingga ketika kemasan sudah dibuka masih dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama sebelum mencapai masa *expired*. Diharapkan perusahaan juga menempelkan tata cara penyimpanan pada setiap produk Wardah agar konsumen lebih memahami.
2. Pada Variabel label halal (X2) skor terendah pada item X2.3 pada faktor uji klinis yang artinya beberapa responden atau konsumen belum mengetahui bahwa produk Wardah telah melalui uji Dermatology Test dan No Animal Testing maka diharapkan perusahaan lebih mengencangkan melalui iklan baik televisi ataupun sosial media lainnya terkait pengujian tersebut serta mencantumkan logo lolos uji *dermatology* dan No Animal Teting pada kemasan Wardah.
3. Pada Variabel keputusan pembelian Y, skor terendah pada item Y.3 pada faktor manfaat dan kepuasan konsumen. Harapannya perusahaan selalu berinovasi untuk menciptakan produk-produk terbaik agar mampu memberikan manfaat sesuai dengan yang konsumen harapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Eko Sujianto. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta : PT. Prestasi Pustaka
- Al-Arif, Anur Rianto, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, Solo: PT Era Adicitra Intermedia.
- Al-Ghozali, Imam, *Benang Tipis Antara Halal dan Haram (cet. 1)*. Surabaya: Putra Pelajar, 2002.
- Algifari, *Analisis Regresi: Teori, Kasus, dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE UGM,
- Amin, Ma'ruf, dkk (tim penyusun), *Himpunan Fatwa MUI Sejak 1975*, Erlangga, 2011.
- Apriyantono, Anton dan Nurbowo, *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*, Jakarta: Khairul Bayan, 2003.
- Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Dan Penyelenggaraan Haji, *Petunjuk Teknis Pedoman System Produksi Halal*, Jakarta: Departemen Agama, 2003.
- Bungin, M., Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (ed, kedua cet, ke-enam)*, Jakarta: Kencana.
- Dahlan, Abdul Aziz, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakarta: PT, Ichtiar Baru Van Hoeve, cet, I, 1997
- Durianto, Dharmadi, Sugiarto dan Tony Sitinjak. 2004. *Strategi Memimpin Pasar Melalui Riset Ekuitas*. Cetakan ke-3. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Engels, James dan Roger Blackwell. 1995. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke-6, Jilid 1. Binarupa Aksara, Jakarta
- Fahmi, Irham, *Manajemen Pengambilan Keputusan (Teori dan Aplikasi)*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Fitriyana, Fina. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop*. *Jurnal Gaussian* ISSN No.2339-2541 Vol.2 No.2 Universitas Diponegoro. Semarang. <http://ejournal-s1.undip.ac.id>, diakses tanggal 28 November 2013. Hal.98.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Cet IV)*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.
- Girindra, Aisjah, *LP POM MUI Sejarah Sertifikasi Halal*, Jakarta: LP POM, 1998.
- http://asihrahmawati1025.blogspot.co.id/2013/02/p-t-paragon-technology-and-innovation_2575
- http://id.m.wikipedia.org/wiki/Skala_Likert
- <http://sariyatiningih.blogspot.com/2014/11/perencanaan-produk.html>

- Kotler & Kevin L Keller, 2008. Manajemen Pemasaran, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat
- Kotler dan Armstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Priyatno, Duwi, Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS, Yogyakarta: MediaKom, 2010.
- Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word OF Mouth Terhadap keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat di Kota Jember. UNEJ – e – proceeding.
- Sarwono, Jonathan, Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif (menggunakan prosedur SPSS). Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012.
- Scientific Journal from Muhammad Rafi Siregar I and Azhar Alamthis research fina
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan. 2001. Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES
- Skripsi yang ditulis oleh Ida Ratnawati mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, 2012. Dengan skripsi yang berjudul "Pengaruh Label Halal dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik".
- Skripsi yang ditulis oleh Wahyu Budi Utami mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.