

## BAB IV

### DESKRIPSI DATA, HASIL, DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Profil Singkat Wardah

###### a. Sejarah Singkat Wardah

Wardah merupakan produk kosmetik kecantikan pertama yang mendapatkan sertifikat halal dari MUI. Wardah berdiri sejak tahun 1995 dibawah *PT. Paragon Technology and Innovation* yang didirikan oleh Nurhayati Subakat yang merupakan lulusan terbaik jurusan farmasi di ITB tahun 1975.<sup>1</sup> Usaha membesarkan Wardah tidaklah mudah sejarah panjang wardah berawal dari usaha rumahan kemudian menjadi salah satu brand kosmetik halal terbesar di dunia. Pada tahun 1985 dia memulai usahanya dari industri rumahan dengan memproduksi sampo bermerek Putri. Pada tahun 1995, Ibu Nur mendirikan brand kosmetik dengan konsep yang sangat unik pada jamannya. Dia mengambil konsep kosmetik halal yang menargetkan konsumen muslimah.<sup>2</sup>

Pada awalnya produk kecantikan Wardah dikhususkan untuk wanita muslim, tapi dengan seiringnya perkembangan zaman dan era gobalisasi produk wardah dapat dinikmati oleh semua kalangan. Bahan yang digunakan pada produk wardah merupakan bahan yang aman, halal, berkualitas dan alami.<sup>3</sup> Wardah

---

<sup>1</sup>M. Reza Sulaiman dan Dinda Rachmawati, “*Sejarah Panjang Kosmetik Halal Indonesia Bersama Wardah*” diakses dari <https://www.suara.com/lifestyle/2019/04/16/103211/sejarah-panjang-kosmetik-halal-indonesia-bersama-wardah?page=all>, pada tanggal 20 Januari 2024 pukul 10.24 WIB

<sup>2</sup>LiraMedia, “*Sejarah Panjang Kosmetik Wardah Hingga Sukses Jadi Brand Ternama*” diakses dari <https://liramedia.co.id/read/sejarah-panjang-kosmetik-wardah-hingga-sukses-jadi-brand-ternama->, pada tanggal 20 Januari 2024 pukul 10.30 WIB

<sup>3</sup>Wardah, “*Wardah Inspiring Movement*” diakses dari <https://inspiringmovement.wardahbeauty.com/about>, pada tanggal 20 Januari 2024 pukul 10.37 WIB

meluncurkan setiap produknya agar keamanan konsumen tetap terjaga, sebelum suatu produk dipasarkan maka wajib hukumnya untuk melakukan *blind test* dengan pengawasan seksama dari para ahli dokter kulit.

Produk wardah sendiri tersedia dalam beberapa rangkaian diantaranya:

A. *Basic Series for skincare*

Rangkaian ini terdiri dari beberapa produk diantaranya *face wash, cleanser, instan remover, hydrating toner, sunscreen, moisturizer cream, night cream, peeling cream, facial scrub, facial mask and serum.*<sup>4</sup>

B. *Skincare Acne series*

Wardah *Acne series* dirancang khusus untuk membantu mengatasi berbagai masalah jerawat. Beberapa produknya yaitu *cleansing gel, pore tightening toner, moisturizer gel, acne treatment gel, acne gentle scrub.*<sup>5</sup>

C. *Produk Lightening*

Selain mengeluarkan produk untuk perawatan kulit yang berjerawat, wardah juga meuncurkan rangkaian *lightening* yang membuat wajah lebih *glowing* bercahaya. Beberapa produknya seperti *lightening micellar gentle wash, face toner, serum ampoule, lightening day cream, cleansing milk, micellar gentle wash, dan night cream.*<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup>BeautyHaul, "Mengenal Macam-Macam Produk Wardah dan Kegunaannya" diakses dari <https://www.beautyhaul.com/blog/mengenal-macam-macam-produk-wardah-dan-kegunaannya>, pada tanggal 20 Januari 2024 pukul 10.39 WIB

<sup>5</sup>Evelyn Ochi, "Rangkaian Skin Care Wardah Acne Series untuk Kulit Berjerawat dengan Harga di Bawah Rp50.000" diakses dari <https://www.beautyjournal.id/article/wardah-acne-series-kulit-berjerawat>, pada tanggal 20 Januari 2024 pukul 10.44 WIB

<sup>6</sup>Yen Fatahila, "17 rangkaian produk Wardah Lightening dan harga terbaru" diakses dari <https://www.atome.id/blog/17-rangkaian-produk-wardah-lightening-dan-harga-terbaru>, pada tanggal 20 Januari 2024 pukul 10.49 WIB

#### D. Produk *Anti Aging*

Produk wardah anti aging memiliki bahan dan kandungan berbeda untuk melawan tanda-tanda penuaan di pada kulit wajah. Beberapa produknya yaitu facial wash, essence, serum, eye cream, night cream, sleeping mask, night cream.<sup>7</sup>

#### E. Produk *White Secret*

Rangkaian produk ini memberikan tampilan kulit wajah lebih bersinar yang mengandung pH *balance*, *formula crystal white*, dan *AHA* yang mampu memutihkan wajah. Beberapa produknya yaitu *White Secret Pure Brightening Cleanser*, *White Secret Facial Wash with AHA*, *White Secret Exfoliating Scrub*, *Exfoliating Lotion*, *White Secret Intense Brightening Essence*, *Pure Treatment Essence*, *Brightening Eye Cream*, *Day Cream*, *Night Cream*.<sup>8</sup>

#### F. Produk *C defence*

Dari namanya saja sudah terlihat bahwa *skincare* ini memiliki kandungan *vitamin C*, kegunaan produk *C defence* ini yaitu dapat melindungi wajah dari radikal bebas dan melindungi kulit lebih sehat. Beberapa produknya seperti *Facial Wash C-Defense Energizing Whip Foam*, *C-Defense Serum*, *C-Defense Mousse Moisturizer*, *C-Defense DD Cream*, *C-Defense Face Mist*.<sup>9</sup>

### b. Visi dan Misi

---

<sup>7</sup> Devi Aristyaputri, “10 Urutan *skincare Wardah Renew You Antiaging Series* yang benar” diakses dari <https://www.briliobeauty.net/skincare/10-urutan-skincare-wardah-renew-you-antiaging-series-yang-benar-2204257/urutan-penggunaan-wardah-renew-you-antiaging-series-pada-malam-hari.html>, pada tanggal 20 Januari 2024 pukul 10.52 WIB

<sup>8</sup> Yen Fatahila, “10 rangkaian produk Wardah *White Secret* dan harga terbaru” diakses dari <https://www.atome.id/blog/10-rangkaian-produk-wardah-white-secret-dan-harga-terbaru>, pada tanggal 20 Januari 2024 pukul 10.54 WIB

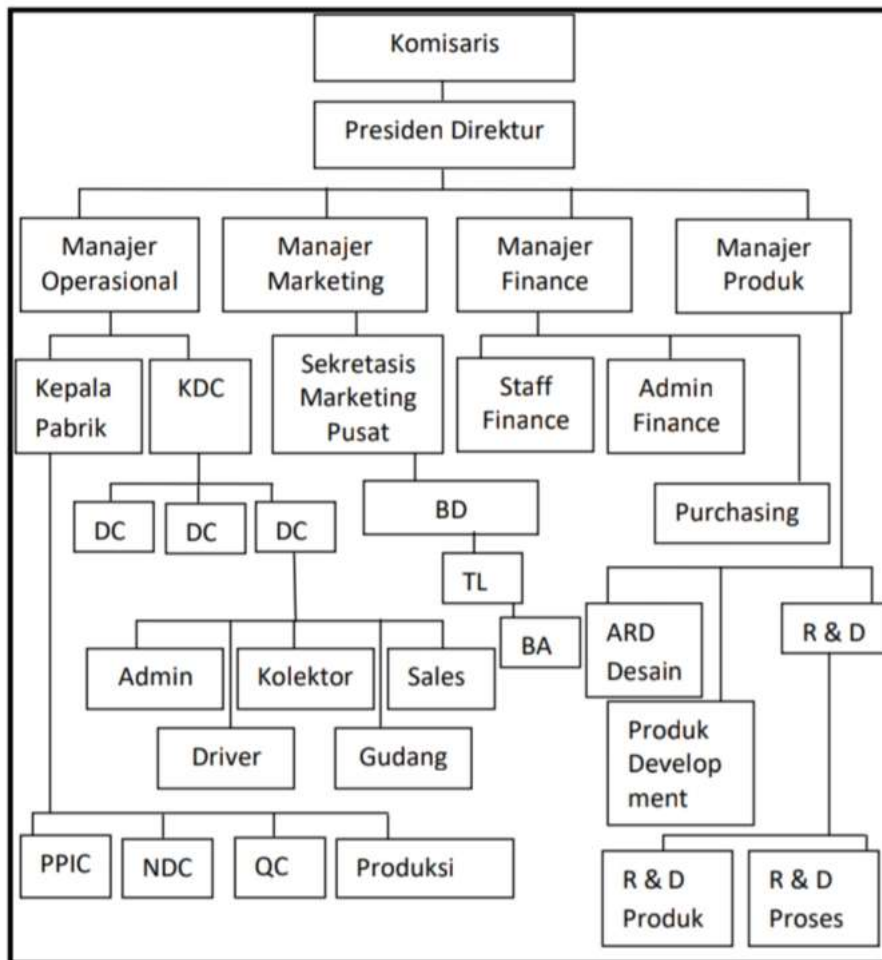
<sup>9</sup> Hello Ladies, “*Ini Dia Urutan Pemakaian Wardah C-Defense yang Benar!*” diakses dari <https://kumparan.com/hello-ladies/ini-dia-urutan-pemakaian-wardah-c-defense-yang-benar-1xmeuy2bQsR/full>, pada tanggal 20 Januari 2024 pukul 10.57 WIB

Visi dari perusahaan Wardah adalah menjadi perusahaan yang bermanfaat bagi masyarakat dan terus berkembang diberbagai bidang dengan menjadikan hari ini lebih baik daripada hari sebelumnya. Sedangkan Misi perusahaan ini yaitu seperti berikut:

1. Mengembangkan karyawan yang berkompeten dengan menciptakan lingkungan kerja yang baik untuk mendukung tercapainya kepuasan pelanggan.
2. Secara berkesinambungan menyediakan produk dan jasa yang berkualitas tinggi sert memenuhi kebutuhan pelanggan melalui program pemasaran yang baik.
3. Mengembangkan operasi perusahaan yang sehat dalam segala aspek.
4. Terus berinovasi, menguasai ilmu, menerapkan teknologi baru, dan berinovasi demi kepuasan pelanggan.
5. Mengembangkan berbagai unit usaha secara lateral.

### **c. Struktur Organisasi**

**Gambar 4.1**  
**struktur organisasi PT Paragon Technology and Innovation**



**Sumber:** paragon technology and innovation (2016)

## 2. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuisisioner langsung kepada responden. Sebanyak 100 kuisisioner disebarakan kepada konsumen *Skincare* Wardah di Pamekasan. Oleh karena itu, syarat untuk mengolah data menggunakan alat analisi SPSS Versi 24 sudah terpenuhi.

**Tabel 4.1**  
**Rincian Penyebaran Pengembalian Kuisisioner**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
Kuisisioner yang disebarakan	100
Kuisisioner yang tidak kembali	0
Kuisisioner yang kembali	100
Kuisisioner yang digugurkan	0
Kuisisioner yang digunakan	100
Tingkat pengembalian (respon rate)	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan (usable respon rate)	100%

**Sumber:** data diolah tahun 2024

Dari tabel diatas, diketahui bahwa kuisisioner yang dianalisis lebih lanjut sebanyak 100 kuisisioner dengan tingkat pengembalian 100%.

### **3. Deskripsi Data Responden**

Berdasarkan data yang diolah dari hasil penelitian responden yang telah menjawab kuisisioner, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, menggunakan produk tersebut iya atau tidak, produk wardah apa yang digunakan dan frekuensi selama menggunakan wardah. berdasarkan hal tersebut, maka akan diketahui karakteristik responden secara umum.

#### **a) Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Tabel 4.2**  
**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-lak	45	45.0	45.0	45.0
	Perempua	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, memperlihatkan bahwa responden yang beratisipasi dalam penelitian ini dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 45 orang (45%), sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 55 orang (55%).

**b) Identifikasi responden berdasarkan yang menggunakan *skincare* wardah.**

**Tabel 4.3**  
**responden yang menggunakan *skincare* wardah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	2	2.0	2.0	2.0
	Ya	98	98.0	98.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, menunjukkan bahwa responden yang menggunakan *skincare* wardah sebanyak 98 orang (98%), dan yang tidak menggunakan *skincare* wardah sebanyak 2 orang (2%).

**c) Identifikasi responden berdasarkan produk *skincare* wardah apa yang digunakannya.**

**Tabel 4.4**

**produk skincare wardah apa yang anda gunakan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	All skin	7	7.0	7.0	7.0
	BB Crem	1	1.0	1.0	8.0
	Day crea	8	8.0	8.0	16.0
	Moisturi	2	2.0	2.0	18.0
	Night Cr	1	1.0	1.0	19.0
	Sabun cu	30	30.0	30.0	49.0
	Sabun Cu	1	1.0	1.0	50.0
	Serum	11	11.0	11.0	61.0
	Sunscree	34	34.0	34.0	95.0
	Sunsreen	1	1.0	1.0	96.0
	Tidak	1	1.0	1.0	97.0
	Toner	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, menunjukkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dengan kriteria produk *skincare* apa yang mereka gunakan, yaitu penggunaan All skincare sebanyak 7 orang (7%), BB cream sebanyak 1 orang (1%), Day cream sebanyak 8 orang (8%), Moisturizer sebanyak 2 orang (2%), Sabun cuci muka sebanyak 31 orang (31%), Serum sebanyak 11 orang (11%), Sunscreen sebanyak 35 orang (35%), Tidak sebanyak 1 orang (1%), dan Toner sebanyak 3 orang (3%).

**d) Identifikasi responden berdasarkan berapa lama penggunaan produk skincare wardah.**

**Tabel 4.5**

**berapa lama penggunaan produk skincare wardah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 Bula	23	23.0	23.0	23.0
	> 1 Tahu	25	25.0	25.0	48.0



>1 Tahun	1	1.0	1.0	49.0
1 - 5 Bu	25	25.0	25.0	74.0
6 - 10 B	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dengan kriteria berdasarkan lama penggunaan produk skincare wardah, yaitu <1 bulan sebanyak 23 orang (23%), >1 tahun sebanyak 26 orang (26%), 1-5 bulan sebanyak 25 orang (25%), dan 6-10 bulan sebanyak 26 orang (26%).

#### 4. Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini menyebarkan sebanyak 100 kuisisioner kepada responden, dengan jumlah pernyataan pada setiap kuisisioner yaitu 6 item pertanyaan untuk variabel label halal ( $X_1$ ), 8 item pernyataan untuk variabel harga ( $X_2$ ), dan 10 item pernyataan untuk variabel keputusan pembelian ( $Y$ ), sehingga total pernyataan pada kuisisioner sebanyak 24 item pernyataan.

##### a. Distribusi Frekuensi Variabel Label Halal ( $X_1$ )

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi Variabel Label Halal ( $X_1$ )

No	Sangat Setuju: 5		Setuju: 4		Netral: 3		Tidak Setuju: 2		Sangat Tidak Setuju: 1		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	63	63%	35	35%					2	2	100

										%	
2	73	73%	25	25%					2	2%	100
3	65	65%	33	33%	1	1%			1	1%	100
4	68	68%	30	30%	1	1%			1	1%	100
5	62	62%	37	37%					1	1%	100
6	64	64%	34	34%	1	1%			1	1%	100
Jumlah	295		194		3				8		

**Sumber:** Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item pernyataan variabel label halal yaitu:

Pernyataan pertama menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 63 orang (63%) menyatakan sangat setuju, 35 orang (35%) menyatakan setuju, dan 2 orang (2%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan sikap netral atau tidak setuju dalam item pernyataan pertama.

Pernyataan kedua menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 73 orang (73%) menyatakan sangat setuju, 25 orang (25%) menyatakan setuju, dan 2 orang (2%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan sikap netral atau tidak setuju dalam item pernyataan kedua.

Pernyataan ketiga menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 65 orang (65%) menyatakan sangat setuju, 33 orang (33%) menyatakan setuju, 1 orang (1%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan ketiga.

Pernyataan keempat menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 68 orang (68%) menyatakan sangat setuju, 30 orang (30%) menyatakan setuju, 1 orang (1%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan keempat.

Pernyataan kelima menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 62 orang (62%) menyatakan sangat setuju, 37 orang (37%) menyatakan setuju, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan sikap netral atau tidak setuju dalam item pernyataan kelima.

Pernyataan keenam menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 64 orang (64%) menyatakan sangat setuju, 34 orang (34%) menyatakan setuju, 1 orang (1%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan keenam.

**b. Distribusi Frekuensi Variabel Harga ( $X_2$ )**

**Tabel 4.7**

**Distribusi Frekuensi Variabel Harga ( $X_2$ )**

No	Sangat Setuju: 5		Setuju: 4		Netral: 3		Tidak Setuju: 2		Sangat Tidak Setuju: 1		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	50	50%	37	37%	12	12%			1	1%	100

2	66	66%	28	28%	4	4%	1	1	1	1%	100
3	57	57%	40	40%	2	2%			1	1%	100
4	68	68%	29	29%	2	2%			1	1%	100
5	60	60%	36	36%	3	3%			1	1%	100
6	67	67%	30	30%	2	2%			1	1%	100
7	56	56%	40	40%	3	3%			1	1%	100
8	69	69%	25	25%	5	5%			1	1%	100
Jumlah	443		265		30				8		

**Sumber:** Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item pernyataan variabel harga yaitu:

Pernyataan pertama menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 50 orang (50%) menyatakan sangat setuju, 37 orang (37%) menyatakan setuju, 12 orang (12%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan pertama.

Pernyataan kedua menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 66 orang (66%) menyatakan sangat setuju, 28 orang (28%) menyatakan setuju, 4 orang (4%) menyatakan sikap netral, 1 orang (1%) menyatakan tidak setuju, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 57 orang (57%) menyatakan sangat setuju, 40 orang (40%) menyatakan setuju, 2

orang (2%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan ketiga.

Pernyataan keempat menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 68 orang (68%) menyatakan sangat setuju, 29 orang (29%) menyatakan setuju, 2 orang (2%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan keempat.

Pernyataan kelima menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 60 orang (60%) menyatakan sangat setuju, 36 orang (36%) menyatakan setuju, 3 orang (3%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan kelima.

Pernyataan keenam menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 67 orang (67%) menyatakan sangat setuju, 30 orang (30%) menyatakan setuju, 2 orang (2%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan keenam.

Pernyataan ketujuh menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 56 orang (56%) menyatakan sangat setuju, 40 orang (40%) menyatakan setuju, 3 orang (3%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan ketujuh.

Pernyataan kedelapan menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 69 orang (69%) menyatakan sangat setuju, 25 orang (25%) menyatakan setuju, 5 orang (5%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan kedelapan.

### **c. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

**Tabel 4.8**

**Distribusi frekuensi variabel keputusan pembelian (Y)**

No	Sangat Setuju: 5		Setuju: 4		Netral: 3		Tidak Setuju: 2		Sangat Tidak Setuju: 1		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	48	48%	47	47%	3	3%	1	1%	1	1%	100
2	69	69%	28	28%	2	2%			1	1%	100
3	66	66%	33	33%					1	1%	100
4	74	74%	25	25%					1	1%	100
5	60	60%	37	37%	2	2%			1	1%	100
6	63	63%	35	35%	1	1%			1	1%	100
7	69	69%	24	24%	6	6%			1	1%	100
8	69	69%	27	27%	3	3%			1	1%	100
9	61	61%	35	35%	3	3%			1	1%	100
10	66	66%	30	30%	3	3%			1	1%	100
Jumlah	645		321		20				10		

**Sumber:** Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item pernyataan variabel keputusan pembelian yaitu:

Pernyataan pertama menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 48 orang (48%) menyatakan sangat setuju, 28 orang (28%) menyatakan setuju, tidak

ada yang menyatakan sikap netral, 1 orang (1%) menyatakan tidak setuju, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan kedua menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 69 orang (69%) menyatakan sangat setuju, 28 orang (28%) menyatakan setuju, 2 orang (2%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan kedua.

Pernyataan ketiga menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 66 orang (66%) menyatakan sangat setuju, 33 orang (33%) menyatakan setuju, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan sikap netral atau tidak setuju dalam item pernyataan ketiga.

Pernyataan keempat menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 74 orang (74%) menyatakan sangat setuju, 25 orang (25%) menyatakan setuju, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan sikap netral atau tidak setuju dalam item pernyataan keempat.

Pernyataan kelima menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 60 orang (60%) menyatakan sangat setuju, 37 orang (37%) menyatakan setuju, 2 orang (2%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan kelima.

Pernyataan keenam menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 63 orang (63%) menyatakan sangat setuju, 35 orang (35%) menyatakan setuju, 1 orang (1%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan keenam.

Pernyataan ketujuh menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 69 orang (69%) menyatakan sangat setuju, 24 orang (24%) menyatakan setuju, 6 orang (6%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan ketujuh.

Pernyataan kedelapan menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 69 orang (69%) menyatakan sangat setuju, 27 orang (27%) menyatakan setuju, 3 orang (3%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan kedelapan.

Pernyataan kesembilan menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 61 orang (61%) menyatakan sangat setuju, 35 orang (35%) menyatakan setuju, 3 orang (3%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan kesembilan.

Pernyataan kesepuluh menunjukkan bahwa dari total responden, sebanyak 66 orang (66%) menyatakan sangat setuju, 30 orang (30%) menyatakan setuju, 3 orang (3%) menyatakan sikap netral, dan 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju. Tidak ada yang menyatakan tidak setuju dalam item pernyataan kesepuluh.

## **B. Hasil Analisis Data**

### **1. Uji Kualitas Data**

Data penelitian yang sudah terkumpul yang berasal dari kuesioner yang telah diisi oleh responden harus dilakukan uji kualitas data agar data yang diperoleh benar-benar andal, sehingga hasil penelitian dapat



dipertanggungjawabkan. Pengujian data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

**a. Uji Validitas**

Uji validitas bertujuan untuk menguji valid atau tidak pada sebuah pernyataan yang terdapat di kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan memperbandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Sedangkan nilai dari  $r_{hitung}$  dapat dilihat dalam *Pearson Correlation* pada output program SPSS. Apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ), dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dikatakan valid.

Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebesar 100 responden dengan taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 5\%$ ), sehingga didapatkan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,197. Berdasarkan hasil pengujian data penelitian dengan menggunakan program SPSS 24, maka hasil uji validitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>Item Pernyataan</b>	<b>Koefisien Korelasi</b>	<b><math>r_{tabel}</math></b>	<b>Keterangan</b>
<b>Label Halal (X<sub>1</sub>)</b>	X <sub>1.1</sub>	0,792	0,197	<i>Valid</i>
	X <sub>1.2</sub>	0,759	0,197	<i>Valid</i>
	X <sub>1.3</sub>	0,794	0,197	<i>Valid</i>
	X <sub>1.4</sub>	0,786	0,197	<i>Valid</i>
	X <sub>1.5</sub>	0,735	0,197	<i>Valid</i>

	X <sub>1.6</sub>	0,785	0,197	<i>Valid</i>
<b>Harga (X<sub>2</sub>)</b>	X <sub>2.1</sub>	0,744	0,197	<i>Valid</i>
	X <sub>2.2</sub>	0,761	0,197	<i>Valid</i>
	X <sub>2.3</sub>	0,819	0,197	<i>Valid</i>
	X <sub>2.4</sub>	0,765	0,197	<i>Valid</i>
	X <sub>2.5</sub>	0,787	0,197	<i>Valid</i>
	X <sub>2.6</sub>	0,794	0,197	<i>Valid</i>
	X <sub>2.7</sub>	0,827	0,197	<i>Valid</i>
	X <sub>2.8</sub>	0,844	0,197	<i>Valid</i>
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Y1	0,764	0,197	<i>Valid</i>
	Y2	0,751	0,197	<i>Valid</i>
	Y3	0,762	0,197	<i>Valid</i>
	Y4	0,754	0,197	<i>Valid</i>
	Y5	0,795	0,197	<i>Valid</i>
	Y6	0,741	0,197	<i>Valid</i>
	Y7	0,813	0,197	<i>Valid</i>
	Y8	0,774	0,197	<i>Valid</i>
	Y9	0,774	0,197	<i>Valid</i>
	Y10	0,832	0,197	<i>Valid</i>

**Sumber:** Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas diatas, bahwa nilai *pearson correlation* pada masing-masing item pernyataan tiap variabel memiliki nilai  $r_{hitung}$

$> r_{\text{tabel}}$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa masing-masing item pernyataan pada tiap variabel adalah *valid*.

### **b. Uji Reabilitas**

Uji reabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui suatu kestabilan dan konsistensi responden pada kuesioner yang diberikan, dengan kata lain responden memberikan tanggapan dengan hasil yang sama meskipun dilakukan pada waktu dan tempat yang berbeda. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach*  $> 0,60$ . Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reabilitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
Label Halal ( $X_1$ )	0,866	<i>Reliabel</i>
Harga ( $X_2$ )	0,914	<i>Reliabel</i>
Kepuasan Nasabah (Y)	0,926	<i>Reliabel</i>

**Sumber:** Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.10, hasil uji reliabilitas di atas, bahwa masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel label halal, harga, dan keputusan pembelian dikatakan reliabel.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

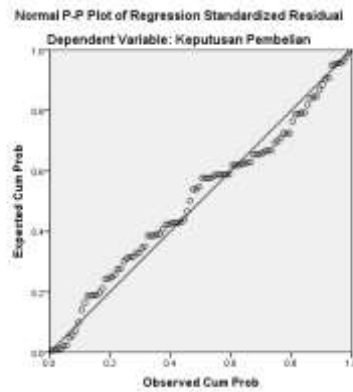
### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Untuk mendeteksi nilai residual berdistribusi normal atau tidak, maka dapat diketahui dengan melakukan beberapa uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-Plot of regression standardized residual* dengan ketentuan jika titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai residual tersebut berdistribusi normal. Selain itu juga dapat menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), dengan kriteria analisis yaitu jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka nilai residual berdistribusi normal

Hasil dari grafik Normal P-Plot dan hasil uji *Kolmogorof-Smirnov* dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dan tabel dibawah ini:

#### **Grafik 4.1**

#### **Grafik *Normal P-Plot***



**Sumber :** Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan gambar 4.1 Grafik Normal P-Plot diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Normalitas dengan Uji *Kolmogorof-Smirnov***

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameter	Mean	0,0000000
	Std.	1,98998732
Most Extreme Differences	Absolute	0,078
	Positive	0,074
	Negative	-0,078
Test Statistic		0,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.143 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, menunjukkan bahwahasil uji normalitas dengan uji *Kolmogorof-Smirnov*, diperoleh hasil Signifikansi sebesar  $0,143 > 0,05$  yang berarti bahwa dalam penelitian ini nilai residualnya berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multijolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi multikolinearitas pada sebuah model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, dengan ketentuan jika nilai *Tolerance*  $> 0,10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas dan jika *VIF*  $< 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil dari uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel *coefficients* dibawah ini:

**Tabel 4.12**

### Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,154	2,066		2,495	0,014		
	Harga	0,808	0,090	0,686	8,948	0,000	0,340	2,945
	Label Halal	0,412	0,128	0,247	3,218	0,002	0,340	2,945

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Sumber:** Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.12 diatas, diperoleh nilai *Tolerance* pada variabel label halal, dan harga masing-masing sebesar 0.340, dan

0.340 > 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel label halal dan harga masing-masing sebesar 2.945, dan  $2.945 < 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas.

**c. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat gejala heterokedastisitas. Masalah heterokedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Glejser*, dengan dasar pengambilan keputusan yaitu jika variabel bebas memiliki nilai Signifikansi > 0,05 maka model regresi tersebut dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil dari uji heterokedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel *coefficients* dibawah ini:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,352	1,293		3,367	0,001
	Harga	-0,123	0,057	-0,365	-2,180	0,032
	Label Halal	0,057	0,080	0,119	0,710	0,479

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Sumber:** Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji *glejser* pada tabel 4.13 diatas, diperoleh nilai signifikansi pada variabel label halal dan harga masing-masing sebesar 0,032 dan 0,479 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

#### d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Metode pengujian ini menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW-Test) dengan membandingkan  $DW_{hitung}$  dengan  $DW_{tabel}$ , dengan taraf signifikansi 5%.

Adapun pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi, antara lain:

**Tabel 4.14**  
**Pengambilan Keputusan Uji Durbin-Watson**

Hipotesis Nol ( $H_0$ )	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak $H_0$	$0 < d_{hitung} < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$dl < d_{hitung} < du$
Tidak ada autokorelasi positif dan negatif	Terima $H_0$	$du < d_{hitung} < 4 - du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d_{hitung} < 4$



Tidak ada autokorelasi negatif	Tidak ada keputusan	$4 - du < d_{hitung}$ $< 4 - dl$
--------------------------------	---------------------	-------------------------------------

**Sumber:** Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2024

Hasil dari uji autokorelasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel *model summary* dibawah ini:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.915 <sup>a</sup>	0,837	0,832	1,86570	1,838
a. Predictors: (Constant), Label Halal, Harga					
b. Dependent Variable: Y					

**Sumber:** : Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, diketahui bahwa nilai *Durbin-Watson* (DW) sebesar 1,504 selanjutnya untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi maka nilai  $DW_{hitung}$  dibandingkan dengan  $DW_{tabel}$  berikut ini:

**Tabel 4.16**  
**Hasil *Durbin-Watson***

Dl	du	4 – dl	4 – du	DW	Keputusan
1,634	1,715	2,366	2,285	1,838	Tidak Ada Autokorelasi

Berdasarkan tabel 4.16 hasil *Durbin-Watson* diatas, diperoleh hasil DW sebesar 1,504. Nilai dl dan du diperoleh dari DW tabel dengan signifikansi 5% dan n (jumlah data) sebanyak 100 dan jumlah variabel independen yang

digunakan pada penelitian ini (k) sebanyak 2 variabel, sehingga didapat nilai  $d_l$  sebesar 1,634 dan nilai  $d_u$  sebesar 1,715. Hal ini berarti bahwa nilai DW sebesar 1,838 berada diantara nilai  $d_u = 1,715$  dan nilai  $4 - d_u = 2,285$  ( $d_u < DW < 4 - d_u = 1,715 < 1,838 < 2,285$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat gejala autokorelasi.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis statistik pada penelitian ini adalah metode regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh atau hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini berfungsi untuk mengetahui pengaruh label halal, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *skincare* wardah di Pamekasan. Berikut model regresi dalam penelitian ini, yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon_2$$

Keterangan:

$X_1$  : Label Halal

$X_2$  : Harga

$Y$  : Keputusan Pembelian

Hasil dari uji regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel *coefficients* sebagai berikut:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,154	2,066		2,495	0,014
	Label Halal	0,412	0,128	0,247	3,218	0,002
	Harga	0,808	0,090	0,686	8,948	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Sumber:** Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil tabel *coefficients* diatas, maka dapat diperoleh model regresi, yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon_2$$

$$Y = 5,154 + 0,412 + 0,808 + \varepsilon_2$$

Berdasarkan model regresi tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Konstanta sebesar 5,154 menunjukkan bahwa apabila label halal, dan harga bernilai tetap atau konstan, maka keputusan pembelian sebesar 5,154.
- 2) Koefisien regresi label halal sebesar 0,412 yang memiliki arah positif (searah) antara label halal dengan keputusan pembelian konsumen produk *skincare* wardah di Pamekasan, yang berarti bahwa setiap peningkatan label halal diprediksi akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen produk *skincare* wardah di pamekasan sebesar 0,412.

- 3) Koefisien regresi harga sebesar 0,808 yang memiliki arah positif (searah) antara harga dengan keputusan pembelian konsumen produk *skincare* wardah di Pamekasan, yang berarti bahwa setiap peningkatan harga diprediksi akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen produk *skincare* wardah di Pamekasan sebesar 0,808.

Berdasarkan penjelasan pada model regresi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel label halal, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen produk *skincare* wardah di Pamekasan.

**b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi adalah sebuah ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang dijelaskan oleh pengaruh linier X. besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel *model summary* antara lain:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 <sup>a</sup>	0,806	0,802	2,01040
a. Predictors: (Constant), Harga, Label Halal				

**Sumber:** Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi senilai 0,806. Hal ini berarti bahwa variabel independen (label halal dan harga) mampu menjelaskan variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar 80,6%,

sedangkan sisanya sebesar 19,4% dijelaskan oleh variabel lain yang berada diluar model penelitian ini.

**c. Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)**

Uji signifikansi parsial digunakan untuk menguji apakah suatu variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui apakah terjadi hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat, maka dapat digunakan uji-t. Dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen atau sebaliknya, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.  $T_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan (df) =  $n-k = 100-2 = 98$  Hasil uji-t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel *coefficients* dibawah ini:

**Tabel 4.19**

**Hasil Uji-t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,154	2,066		2,495	0,014
	Label Halal	0,412	0,128	0,247	3,218	0,002
	Harga	0,808	0,090	0,686	8,948	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Sumber:** Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.19 diatas, maka dapat dijelaskan penyelesaian pengaruh  $X_1, X_2$ , terhadap  $Y$ , antara lain:

Keputusan = Terima  $H_a$ , jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$

$$\begin{aligned}t_{hitung} X_1 &= 3,218 \\t_{hitung} X_2 &= 8,948 \\t_{tabel} &= \frac{\alpha}{2}, n - k \\&= \frac{0,05}{2}, 100 - 2 \\&= 0,025 ; 98 \\&= 1,984\end{aligned}$$

Berikut adalah penjelasan dari hasil uji-t pada variabel Label Halal ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), yaitu:

- 1) Berdasarkan hasil uji-t pada variabel label halal ( $X_1$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,218 lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,218 > 1,984$ ), dengan nilai signifikansi 0,002 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  ( $0,002 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa “Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *skincare* wardah di Pamekasan”, yang berarti bahwa  $H_{a1}$  diterima atau tolak  $H_{01}$ .
- 2) Berdasarkan hasil uji-t pada variabel harga ( $X_2$ ) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8,948 lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $8,948 > 1,984$ ), dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa “Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *skincare* wardah di Pamekasan”, yang berarti bahwa  $H_{a2}$  diterima atau tolak  $H_{02}$ .

**d. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)**

Uji signifikan simultan yaitu uji statistik bagi koefisien regresi yang serentak atau bersama-sama mempengaruhi Y. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel independen terhadap variabel dependen, maka dapat digunakan uji-f. Uji f dilakukan dengan membandingkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dimana  $F_{hitung}$  diperoleh dari hasil output SPSS, sedangkan  $F_{tabel}$  diperoleh dari  $p, n - p - 1 = 2, 100-2-1 = 2,97$ . Hasil uji-f dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel ANOVA dibawah ini:

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji-F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1633,595	2	816,798	202,093	.000 <sup>b</sup>
	Residual	392,045	97	4,042		
	Total	2025,640	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Harga, Label Halal						

**Sumber:** Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, maka dapat dijelaskan penyelesaian berikut ini:

$H_0$ : Tidak ada pengaruh dari variabel independen (label halal dan harga) pada *skincare* wardah terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) di Pamekasan.

$H_a$ : Minimal ada satu variabel independen (label halal dan harga) pada *skincare* wardah yang berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) di Pamekasan.

Keputusan: Terima  $H_a$ , Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$

$$F_{hitung} = 202,093$$

$$\begin{aligned}
F_{\text{tabel}} &= F(\alpha), (V_1, V_2) \\
&= F(0,05), (p, n - p - 1) \\
&= F(0,05), (2, 100 - 2 - 1) \\
&= F(0,05), (2, 97) \\
&= 3,09
\end{aligned}$$

Berikut adalah penjelasan dari hasil uji-f, yaitu:

- 1) Berdasarkan hasil uji-f memperoleh nilai  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 202,093 lebih besar dari  $F_{\text{tabel}}$  ( $202,093 > 3,09$ ), dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  ( $0,000 < 0,005$ ), maka dapat disimpulkan bahwa “Label Halal dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada *skincare* wardah di Pamekasan, yang berarti bahwa  $H_a$  diterima atau  $H_0$  ditolak.

### C. Pembahasan

Penelitian ini mengenai “Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk *Skincare* Wardah di Pamekasan”. Dapat dibuat pembahasan sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Skincare* Wardah Di Pamekasan

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis ( $H_1$ ) membuktikan bahwa terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *skincare* wardah di Pamekasan yang berarti  $H_{a1}$  diterima atau tolak  $H_{01}$ .



Hal ini ditunjukkan pada uji t nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,218 > t_{tabel}$  sebesar  $1,984$  dengan nilai signifikan  $0,002 < 0,05$  sehingga terbukti bahwa label halal ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada produk *skincare* wardah di Pamekasan. Hal tersebut menunjukkan bahwa label halal yang tertera pada produk *skincare* wardah akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Pamekasan.

Berdasarkan hasil dari data yang sudah dilakukan peneliti diketahui banyaknya konsumen yang menjawab sangat setuju dengan mendapatkan poin 5 dan setuju dengan mendapatkan poin 4 pada variabel ini ( $X_1$ ) yaitu pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada produk *skincare* wardah di Pamekasan mendapatkan jumlah sebanyak 489. Hasil ini didapat dari seluruh item pernyataan pada  $X_1$ . Ada sebanyak 6 pernyataan yang sudah dijawab oleh 100 responden. Hasil ini dapat dilihat dari tabel distribusi frekuensi yang telah diteliti.

Konsumen *skincare* wardah merasa aman, percaya dan yakin akan informasi dengan adanya label halal karena pada setiap produk kemasannya sudah dicantumkan/tertera label halal ini juga mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen wardah. Hal itu dikarenakan di Pamekasan sebagian penduduknya mayoritas muslim dimana kita sebagai muslim diwajibkan untuk menggunakan atau memakai produk yang halal seperti yang disebutkan pada surah Al-Baqarah ayat 168 yang menjelaskan bahwa Allah SWT menyuruh manusia untuk memakan makanan yang halal secara agama dari segi hukum baik segi zatnya maupun hakikatnya.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Ruhainah “Pentingnya Produk Halal”, Kementerian Agama RI, diakses dari <https://kaltim.kemenag.go.id/berita/read/515887> Pada Tanggal 6 Maret 2024

Keputusan pembelian dapat terjadi dengan memberikan berbagai faktor seperti keamanan yaitu bagi pengguna *skincare* wardah yang ada di Pamekasan yang mana sebagian penduduknya adalah muslim mereka merasa aman karena telah tertera label halal di produk kemasannya, kemudahan yaitu banyaknya *outlet-outlet* di Pamekasan yang menjual produk wardah sehingga para konsumen dapat membeli dengan mudah produk wardah tersebut, dan *lifestyle* (gaya hidup) dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu dengan kita sebagai konsumen mempunyai aktivitas di luar otomatis kita akan bertemu dengan orang luar yang akan menyarankan/mempengaruhi kita untuk membeli suatu barang dan jasa.

Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.<sup>11</sup> Tujuan adanya label halal agar memenuhi tuntutan pasar (konsumen) secara luas. Apabila tuntutan ini terpenuhi para pebisnis mampu bersaing dengan pangsa pasar yang ada, tujuan lain yang sangat penting adalah melindungi akidah para konsumen terutama yang beragama islam. Artinya dengan adanya label halal para konsumen muslim tidak akan ragu dalam mengkonsumsi sesuatu yang dibutuhkan.

Oleh karena itu, pada penelitian ini membuktikan bahwa apabila label halal yang diberikan/dicantumkan pada produk *skincare* Wardah sudah terlaksana dengan baik, maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Sinta Angraini pada tahun 2020 yang menyatakan bahwa labelisasi halal secara parsial

---

<sup>11</sup> Dwi Edi Wibowo dan Benny Diah Mandusari, "Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian oleh konsumen muslim terhadap produk makanan di kota pekalongan," *Indonesia journal of halal*, :75,

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya yaitu keputusan pembelian.<sup>12</sup>

## **2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Wardah Di Pamekasan**

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesisn ( $H_2$ ) membuktikan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *skincare* wardah di Pamekasan yang berarti bahwa  $H_{a2}$  diterima atau tolak  $H_{01}$ . Hal ini ditunjukkan pada uji t nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $8,948 > t_{tabel}$  1,984 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga terbukti bahwa harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) konsumen pada produk *skincare* wardah di Pamekasan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin kompetitif harga yang ditawarkan atau bahkan lebih murah pada produk *skincare* wardah di Pamekasan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Pamekasan.

Berdasarkan hasil data yang sudah dilakukan peneliti diketahui banyaknya konsumen yang menjawab sangat setuju dengan mendapatkan poin 5 dan setuju dengan mendapatkan poin 4 pada variabel ( $X_2$ ) yaitu pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *skincare* wardah di Pamekasan mendapatkan jumlah 708. Hasil ini didapat dari seluruh item pernyataan pada  $X_2$ . Ada sebanyak 8 pernyataan yang sudah dijawab oleh 100 responden. Hasil ini dapat dilihat dari tabel distribusi frekuensi yang telah diteliti.

---

<sup>12</sup> Dwi Sinta Anggraini, "Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Impor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi), (Skripsi UIN STS Jambi, 2020), 31

Konsumen *skincare* wardah merasa dengan adanya penetapan harga yang telah ditetapkan oleh Perusahaan Wardah yaitu PT *Paragon Technology and Information* telah sesuai dengan kemampuan daya beli atau pangsa pasar yang dituju termasuk juga konsumen wardah di Pamekasan. Konsumen wardah di Pamekasan bisa membeli produk wardah tersebut karena selain harganya terjangkau oleh semua kalangan, wardah juga memiliki manfaat yang bagus dibanding produk lain yang memiliki *rate* harga yang sama.

Adanya hubungan antara harga dengan keputusan pembelian karena harga menjadi salah satu faktor penentu pembeli terhadap suatu produk maupun jasa. Harga juga dapat mempengaruhi yang pertama yaitu tingkat penjualan : Harga pada produk wardah sangat terjangkau, bisa dibeli oleh semua kalangan, harga yang ditawarkan juga sesuai dengan kualitas produk *skincare* wardah tersebut dan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen, kedua yaitu tingkat keuntungan dan ketiga yaitu target pasar yang akan di capai oleh perusahaan.

Harga juga memiliki peran penting yang harus dipertimbangkan para konsumen untuk menarik minat beli pada suatu produk. Kemampuan daya beli tiap orang berbeda-beda yang membuat para konsumen menjadi sensitif terhadap harga. Oleh karena itu, hubungan antara harga dan keputusan pembelian produk akan memengaruhi konsumen untuk membeli produk. Menurut Kotler dan Amstrong yang dikutip dari “Maria Agatha” semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya semakin rendah harga maka keputusan pembelian akan tinggi.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Kotler dan Amstrong dikutip dari Maria Agatha “*Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung.*” (STKIP PGRI Tulungagung, 2020), 29

Oleh karena itu, pada penelitian ini membuktikan bahwa apabila harga yang sudah ditetapkan sudah sesuai dengan daya beli konsumen produk skincare wardah di Pamekasan terlaksana dengan baik, maka keputusan pembelian konsumen juga akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shinta Dewi Putri, Chandra Satria dan Bagus Setiawan pada tahun 2022 yang menyatakan bahwa harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>14</sup>

### **3. Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk *Skincare* Wardah Di Pamekasan**

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis ( $H_3$ ) membuktikan bahwa terdapat pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *skincare* wardah di Pamekasan secara simultan yang berarti bahwa  $H_a$  diterima atau tolak  $H_0$ . Hal ini ditunjukkan dari hasil uji F/simultan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 202,093 > nilai  $F_{tabel}$  3,09 dan signifikansi 0,0000 < 0,05 sehingga terbukti bahwa label halal ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) konsumen produk *skincare* wardah di Pamekasan.

Untuk nilai koefisien determinasi sebesar 0,806 (80,6%). Ini berarti sebesar 80,6% dipengaruhi oleh variabel label halal dan harga dan sisanya 19,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Sehingga apabila *skincare* wardah di Pamekasan menggunakan label halal dan harga dengan baik, nantinya akan berdampak baik terhadap keputusan pembelian.

---

<sup>14</sup> Shinta Dewi Putri, Chandra Satria dan Bagus Setiawan, "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Mni Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang," *Indo Global Mandiri Jimesha*, 2, no. 1, (Maret 2022): 23

Berdasarkan hasil dari data yang dilakukan peneliti diketahui banyaknya konsumen yang menjawab sangat setuju dengan mendapatkan poin 5 dan setuju dengan mendapatkan poin 4 pada variabel ini (Y) yaitu pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk skincare wardah di Pamekasan mendapatkan jumlah sebanyak 966. Hasil ini didapat dari jumlah seluruh item pernyataan pada Y. ada sebanyak 10 pernyataan yang sudah dijawab oleh 100 responden. Hasil ini dapat dilihat dari tabel distribusi frekuensi yang telah diteliti.

Konsumen yang menggunakan *skincare* wardah memiliki keyakinan terhadap keputusan pembelian yang sudah mereka ambil, karena sebelum melakukan keputusan pembelian konsumen sudah mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan produk apa yang akan dibeli. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.<sup>15</sup>

Menurut Swastha dan Handoko yang dikutip dari “Dahmiri, Husni Hasbullah Dan Siska Sefrita Sari” yang menyatakan bahwa perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembeliannya.<sup>16</sup> pertama yaitu pengenalan kebutuhan. Konsumen pada produk *skincare* wardah di Pamekasan menyadari adanya kebutuhan dan rasa untuk membeli dan menggunakan skincare wardah tersebut. Kedua yaitu pencarian informasi, konsumen produk *skincare* wardah di Pamekasan memperoleh informasi produk tersebut dari teman, keluarga, iklan dan media massa, konsumen juga mencari

---

<sup>15</sup> Dahmiri, Husni Hasbullah Dan Siska Sefrita Sari, “Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi,” Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Menkeu), Vol. 9, No.1, (April 2020), 18

<sup>16</sup> Ibid hlm 19-20

tahu tentang kehalalan produk wardah daro label yang tertera pada kemasannya. Ketiga yaitu penilaian, konsumen produk *skincare* wardah di Pamekasan mempertimbangkan lagi informasi yang telah didapat setelah mengambil keputusan pembeliannya.

Pada penelitian ini membuktikan bahwa apabila label halal dan harga yang sesuai dan terlaksana dengan baik maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asya Chaterin Vena Adias pada tahun 2023 yang menyatakan bahwa labelisasi halal dan harga mempunyai hubungan dan secara serentak (simultan) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Asya Chaterin Vena Adias, "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Siap Saji Dalam Perpektif Ekonomi Islam," (Skripsi UIN Radem Intan Lampung, 2023), ii

