

BAB IV HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a) Profil Kosmetik Wardah

Kosmetik Wardah merupakan salah satu brand kosmetik halal kecantikan yang diproduksi oleh salah satu perusahaan manufaktur di Indonesia yang dimulai pada 28 Februari tahun 1985, yang didirikan oleh Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. dan suaminya yaitu Drs. H. Subakat Hadi, M.Sc dibawah naungan PT. Paragon Technology and Innovation (PT.PTI).¹ Pada tahun 1985-1990, PT Paragon Technology and Innovation mengalami peningkatan yang begitu drastis, yang dimana produk Wardah mulai menyebar luas dan mampu bersaing dengan produk-produk lain yang telah eksis sebelum produk Wardah.²

Produk Wardah selalu mengutamakan kualitasnya, yang dimana dengan kualitas yang bagus mampu membuat pengguna tampil dengan cantik sesuai karakter yang diinginkan. Pada tahun 1999-2003 kosmetik Wardah resmi bersertifikat halal dari LPPOM MUI sebagai pelopor brand halal di Indonesia sampai sekarang. Dengan berkembangnya produk tersebut, mampu memiliki Distribusi Center (DC) yang sudah tersebar diseluruh Indonesia, sehingga dengan adanya distributor Wardah mampu menempati urutan yang pertama di Indonesia pada tahun 2018 yaitu pada jenis produk pelembab wajah, perawatan kulit, serta make-up.

b) Macam-Macam Produk Kosmetik Wardah

Produk kosmetik wardah memiliki berbagai macam jenis, dan setiap jenisnya mempunyai merek yang berbeda-beda, adapun harga yang ditawarkan juga bermacam-macam, dari mulai Rp. 12.800 – Rp. 138.000. Berikut adalah daftar nama dan harga produk kosmetik wardah:

¹ Azize, “Pengaruh Advertising dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Yayasan Pondok Pesantren Putri An Nuriyah”, Skripsi UIN Sunan Ampel (2014), hlm. 72.

² Fatmala. “Pengaruh Brand image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian”, Journal Administrasi Bisnis, Vol 6.No. 4, (Februari 2020), hlm. 1455-1456.

Tabel 4.1
Nama Produk dan Harga

No	Nama Produk	Harga
1.	Eyeshadow	Rp. 46.000
2.	Eyexpert Perfect Curl Mascara	Rp. 52.800
3.	Eyebrow Pencil	Rp. 37.000
4.	Staylast Liquid Eyeliner	Rp. 30.750
5.	Lightening Two Way Cake	Rp. 42.000
6.	Blush On	Rp. 36.000
7.	Exclusive Flawles Cushion	Rp. 138.000
8.	Lightening Loose Powder	Rp. 37.000
9.	BB Cake Powder	Rp. 46.400
10.	Liquid Foundation	Rp. 37.050
11.	C-Defense DD Cream	Rp. 25.200
12.	Exclusive Matte Lip Cream	Rp. 49.600
13.	Ultralight Matte Lipstick	Rp. 40.850
14.	Moisture Lip Nutrition	Rp. 21.600
15.	Fruity Sheer Lip Balm	Rp. 25.500
16.	Cheek & Liptint	Rp. 35.200
17.	Hydrogloss	Rp. 33.500
18.	Lipgloss	Rp. 21.375
19.	Lip Palette	Rp. 57.200
20.	Sheet Mask	Rp. 16.700
21.	Moisturizer Gel	Rp. 19.950
22.	Purifying Serum	Rp. 45.125
23.	Intensive Night Cream	Rp. 30.400
24.	Cleansing Micellar Water	Rp. 22.800
25.	Balancing Toner	Rp. 20.400
26.	Facial Scrub	Rp. 12.800
27.	Facial Wash	Rp. 12.800
28.	Lightening Day Cream	Rp. 22.800
29.	Bright Moisturizer spf 28	Rp. 25.175
30.	Bright Powder Cream	Rp. 18.500
31.	Bright Pell Off Mask	Rp. 27.600
32.	Acnederm Acne Spot Treatmen Gel	Rp. 22.800
33.	White Secret Exfoliating Lotion	Rp. 60.400
34.	Secret Facial Wash With AHA	Rp. 25.200

35.	Nutri Shine Shampoo	Rp. 18.750
36.	Nutri Shine Conditioner	Rp. 18.750
37.	Scentsation Eay de Toilette Passion	Rp. 52.725
38.	Body Mist	Rp. 29.600
39.	Creamy Body Butter	Rp. 48.925
40.	Olive Oil For Massage	Rp. 43.700

Sumber: www.wardahbeauty.com.

c) **Profil Responden Kecamatan Demak, Kabupaten Demak**

Demak merupakan bagian wilayah Jawa Tengah, dan biasa disebut sebagai Kota Wali atau negari para wali, karena Demak menjadi cikal bakal perkembangan Islam di Jawa, dengan keberadaan masjid Demak dan makan sunan Kalijaga sebagai pengembangan Islam.

Menurut Prof. Slamet Mulyono, Demak berasal dari bahasa Jawa Kuno “damak”, yang berarti anugrah. Bumi Bintoro pada saat itu dipimpin oleh Prabu Kertabumi Brawijaya V dianugrahkan kepada putranya Raden Patah atas bumi bekas hutan Gelagah Wangi. Dasar etimologisnya adalah Kitab Kekawin Ramayana yang berbunyi “Wineh Demak Kapwo Yotho Karamanyo”. Berasal dari bahasa Arab “dummu” yang berarti air mata. Dalam hal tersebut diibaratkan sebagai kesusah payahan para muslim dan mubaligh dalam menyiarkan dan mengembangkan agama islam pada masa itu.

Kabupaten Demak terdapat diwilayah profinsi Jawa Tengah dibagian utara yang merupakan sebuah daerah perbatasan langsung dengan kota Semarang sebagai pusat pemerintahan dan perekonomian di Jawa Tengah yang dimana daerah tersebut sangat potensial sebagai daerah penyangga roda perekonomian Jawa Tengah, dari sisi perhubungan darat berada berada pada lalu lintas yang cukup ramai yaitu jalur Pantai Utara Jawa. Kabupaten Demak Terdiri dari 14 Kecamatan dan 249 Desa/Kelurahan.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Demak jumlah penduduk Desa Kauman, Kabupaten Demak yakni sebesar 4.292 jiwa, yang terdiri dari perempuan sejumlah 2.232 jiwa, dan laki-laki berjumlah 2.060 jiwa, yang dimana perbedaan jumlah antara perempuan dan laki-laki sangatlah minim.

Tabel 4.2
Jumlah Penduduk Kecamatan Demak Menurut Agama

Kecamatan	Islam	Protestan	Katholik	Hindu	Budha
Demak	106.925	1.475	236	17	23

Sumber: BPS Kabupaten Demak

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Demak jumlah penduduk kecamatan Demak menurut jumlah penduduk berdasarkan agama yakni Islam sejumlah 106.925, Protestan 1.475, Katholik 236, Hindu 17, dan Budha 23. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Kecamatan Demak beragama Islam dan untuk Protestan juga terdapat jumlah yang cukup banyak.

Tabel 4.3
Jumlah Penduduk Kabupaten Demak Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin

Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan
0-4	47.384	45.265
5-9	50.840	47.549
10-14	52.174	49.787
15-19	54.574	54.267
20-24	56.169	53.484
25-29	46.353	44.760
30-34	38.969	41.342
35-39	38.816	42.578
40-44	40.286	41.713
45-49	37.094	38.274
50-54	33.301	34.833
55-59	26.791	28.639
60-64	21.553	23.069
65-69	14.362	16.215
70-74	8.839	11.686
75+	8.390	13.449

Sumber: BPS Kabupaten Demak

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Demak jumlah penduduk kecamatan Demak menurut jumlah berdasarkan usia yakni lebih banyak jumlah usia 20-24 bagi perempuan, sedangkan jumlah terbanyak laki-laki yakni di usia 15-19, sedangkan jumlah usia terkecil pada perempuan yakni diusia 75tahun keatas, sedangkan laki-laki jumlah terkecil yakni diusia 70-74.

Tabel 4. 4
Status Pekerjaan Utama Penduduk Bekerja

Umur	Usaha Sendiri	Buruh Tidak Tetap	Buruh Tetap	Karyawan	Pekerja Bebas	Pekerja Keluarga
15-19	0	2.094	0	9.285	5.367	8.817
20-24	1.817	2.094	0	17.820	4.886	13.876
25-29	6.119	6.003	0	24.058	7.910	12.177
30-34	12.915	13.044	3.037	23.243	13.590	13.025
35-39	9.691	15.815	1.927	18.679	6.970	12.582
40-44	13.186	19.062	1.632	13.031	10.074	10.371
45-49	774	17.061	4.698	12.932	8.870	10.392
50-54	5.345	10.649	2.514	6.554	4.932	9.187
55-59	6.257	8.438	1.421	3.779	2.544	4.344
60+	7.962	13.073	1.516	1.573	4.655	2.532

Sumber: BPS Kabupaten Demak

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Demak jumlah status pekerjaan utama penduduk kecamatan Demak dengan jumlah terbanyak yakni penduduk yang bekerja sebagai buruh tidak tetap, adapun jumlah pekerjaan penduduk paling sedikit yakni buruh tetap.

d) Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah warga Desa Kauman, Kabupaten Demak yang pernah menggunakan produk kosmetik wardah. Peneliti menyebar kuesioner dengan cara membagikan kuesioner yang dicetak secara langsung kepada responden, sehingga diperoleh hasil analisis karakteristik responden yang terdapat didalam tabel sebagai berikut:

1) **Usia Responden**

Tabel berikut merupakan tabel hasil data kuesioner berdasarkan Usia responden:

Tabel 4.5
Tabel Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
Kurang dari 25 Tahun	65	66%
Lebih dari 25 Tahun	33	34%
Total	98	100%

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20 Tahun 2022.

Berdasarkan tabel usia diatas, terdapat 65 orang dengan umur kurang dari 25 tahun dengan nilai presentase 66%, dan terdapat 33 orang yang berumur lebih dari 25 tahun dengan nilai presentase 34%. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa umur kurang dari 25 tahunlah yang lebih dominan menggunakan produk kosmetik wardah.

2) Jenis Kelamin Responden

Tabel berikut merupakan tabel hasil data kuesioner responden berdasarkan Usia:

Tabel 4.6

Tabel Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	20	21%
Perempuan	78	79%
Total	98	100%

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20 Tahun 2022.

Berdasarkan tabel jenis kelamin diatas, terdapat 20 orang laki-laki dengan nilai presentase 21%, dan terdapat 78 perempuan dengan nilai presentase 79%. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin perempuanlah yang lebih dominan menggunakan produk kosmetik wardah.

3) Pendidikan Responden

Tabel berikut merupakan tabel hasil data kuesioner responden berdasarkan Usia:

Tabel 4.7

Tabel Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMP/MTS	25	25,5%
SMA/SMK/MA	25	25,5%
Mahasiswa/i	24	24,5%
Sudah Bekerja	24	24,5%
Total	98	100%

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20 Tahun 2022.

Berdasarkan tabel pendidikan diatas terdapat 25 orang SMP/MTS dengan nilai presentase 25,5%, terdapat 25 orang SMA/SMK/MA dengan nilai presentase 25,5%,

terdapat 24 orang mahasiswa/mahasiswi dengan nilai presentase 24,5%, dan yang sudah bekerja 24 orang dengan nilai presentase 24,5%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa yang sudah bekerjalah yang lebih dominan menggunakan produk kosmetik wardah.

2. Analisis Data

Dari hasil penelitian terdapat analisis data yang diolah menggunakan SPSS, dengan hasil jawaban responden tentang label halal dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian yakni sebagai berikut:

a) Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah kuesioner, yang dimana uji validitas dan reliabilitas instrumen merupakan salah satu analisis SPSS yang digunakan oleh peneliti. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Uji validitas dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, begitu juga sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tidak bisa dikatakan valid.³

Rumus r tabel : $(df) = n - 2 = 98 - 2 = 96$

: r tabel = 0.196

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0.271	0.196	Valid
X1.2	0.389	0.196	Valid
X1.3	0.274	0.196	Valid
X1.4	0.292	0.196	Valid
X1.5	0.270	0.196	Valid
X1.6	0.271	0.196	Valid
X2.1	0.360	0.196	Valid
X2.2	0.240	0.196	Valid
X2.3	0.210	0.196	Valid
X2.4	0.288	0.196	Valid
X2.5	0.372	0.196	Valid
Y.1	0.324	0.196	Valid
Y.2	0.240	0.196	Valid
Y.3	0.297	0.196	Valid

³ Wiratna Sujarweni, "Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi", (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 157.

Y.4	0.292	0.196	Valid
Y.5	0.281	0.196	Valid
Y.6	0.288	0.196	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20 Tahun 2022.

Berdasarkan hasil SPSS pengujian data diatas, uji validitas pada setiap variabel adalah sebagai berikut:

a) Label Halal

Pada variabel X1 (Label Halal) terdapat 6 pertanyaan, yang dimana hasil uji validitas tersebut adalah valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b) Kesadaran Merek

Pada variabel X2 (Kesadaran Merek) terdapat 5 pertanyaan, yang dimana hasil uji validitas tersebut adalah valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

c) Keputusan Pembelian

Pada Variabel Y (Kesadaran Merek) terdapat 6 pertanyaan, yang dimana hasil uji validitas tersebut adalah valid, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Jika sebuah alat ukur dikatakan valid, maka uji reliabilitas harus dilakukan pengujian. Reliabilitas merupakan sebuah nilai yang menunjukkan konsistensi sebuah alat pengukuran didalam mengukur hasil yang sama. Apabila pengukurannya dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan seperti berikut:

Tabel 4. 9
Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
> 0,20 s.d 0,40	Agak Reliabel
> 0,40 s.d 0,60	Cukup Reliabel
> 0,60 s.d 0,80	Reliabel
> 0,80 s.d 1,00	Sangat Reliabel

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* > nilai batas normal, Nilai batas normal reliabel yaitu 0.60 s.d 0.80.⁴

⁴ Anwar Sanusi, "Metodologi Penelitian Bisnis", (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 81.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.742	3

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20 Tahun 2022.

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha > dari nilai batas, yaitu $0.742 > 0.60$ yang menunjukkan bahwa variabel X1, X2 dan Y menunjukkan reliabel.

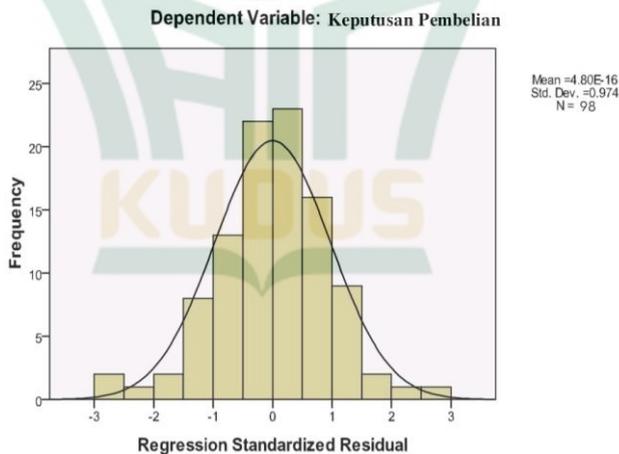
b) Uji Asumsi Klasik
1. Uji Normalitas

Uji normalitas dikatakan normal apabila nilai tingkat signifikan lebih dari 0.05 begitu juga sebaliknya tingkat signifikansi kurang dari 0.05 berarti uji atau variabel tersebut tidak normal.⁵

Uji normalitas bisa diuji dengan 3 macam cara, yakni:

a) Histogram

Tabel 4.11



Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20 Tahun 2022.

⁵ Senny Febiola R., "Potongan Harga dan Servicescape Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Anak pada Matahari Megamas Manado", Jurnal EMBA 2, no. 4 (2014): 679.

Histogram bisa dikatakan normal bisa dilihat dari gambar diatas, apabila membentuk garis lonceng atau bell shape yang beraturan seperti gambar diatas, maka bisa dikatakan normal, tapi tidak bisa beraasumsi sendiri bahwa gambar diatas normal, maka harus ada data dan bukti yakni menggunakan P-Plot dan Kolmogrov-Smirnov pada pembahasan dibawah.

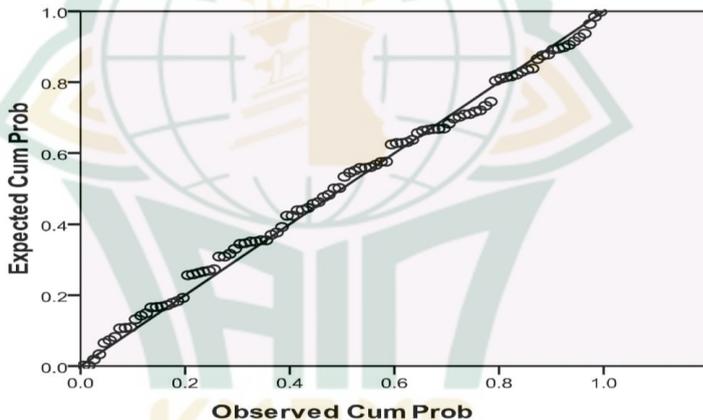
b) P-Plot

Gambar 4.12

P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20 Tahun 2022.

P-Plot bisa dikatakan normal apabila titik-titik mengikuti garis diagonalnya, bisa dilihat seperti tabel diatas, bahwa titik-titik melingkari garis diagonal maka dikatakan normal.

c) Kolmogrov-Smirnov Tes

Tabel 4.13

**Kolmogrov-Smirnov Tes
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.13422325E2
	Absolute	.091
Most Extreme Differences	Positive	.091
	Negative	-.077
	Kolmogorov-Smirnov Z	.898
Asymp. Sig. (2-tailed)		.396

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20 Tahun 2022.

Kolmogrov-Smirnov merupakan uji yang menentukan normal atau tidaknya suatu pengujian, gambar diatas menunjukkan normal, karena $0.396 > 0.05$ maka H_0 1 ditolak dan H_a 1 diterima yang artinya hasil distribusinya normal. Uji inilah yang paling valid menurut peneliti, karena tingkat signifikannya nyata bahwa lebih dari 0.05.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidak adanya multikolinearitas dengan melihat besarnya nilai VIF (Variance Inflation Factor) jika VIF dibawah atau < 10 dan tolerance value $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas.⁶

⁶ Romie Priyastama, "The Book Of SPSS Pengolahan & Analisis Data", (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 122.

Tabel 4.14
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.522	1.725		3.201	.002		
Label Halal	.288	.089	.238	3.223	.002	.911	1.098
Kesadaran Merek	.176	.060	.218	2.917	.004	.890	1.123

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

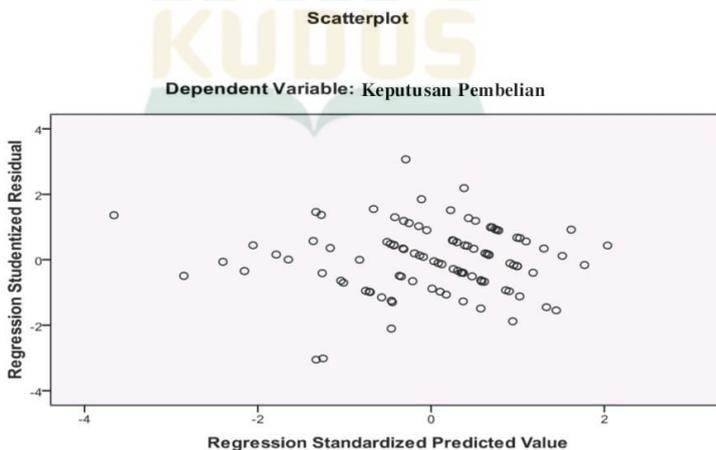
Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20 Tahun 2022.

Berdasarkan hasil tabel tersebut diketahui bahwa nilai VIF variabel label halal (X1) dan kesadaran merek (X2) adalah $1.123 < 10$, dan tolerance value $0.890 > 0.1$ maka data pada gambar diatas tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan uji yang dimana jika suatu titik-titik menyebar diatas maupun dibawah dan titik membuat suatu pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.15
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20 Tahun 2022.

Gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titiknya menyebar diatas maupun dibawah, dan titiknya membuat suatu pola tertentu maka gambar diatas tidak terjadi heteroskedastisitas.

a) Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.16
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.522	1.725		3.201	.002
1 Label Halal	.288	.089	.238	3.223	.002
Kesadaran Merek	.176	.060	.218	2.917	.004

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20 Tahun 2022.

Rumusnya yaitu : $Y = a + b_1.x_1 + b_2 .x_2 + e$

$$= 5.522 + 0.228.x_1 + 0.176.x_2 + 1.725$$

Nilai a sebesar 5.522 adalah konstanta atau keadaan saat variabel keputusan pembelian belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel label halal sebagai X1 dan kesadaran merek sebagai X2, jika variabel tidak ada maka variabel keputusan pembelian tidak mengalami perubahan.

B1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0.288, menunjukkan bahwa variabel label halal mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel label halal maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0.288, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

B2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0.176, menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel kesadaran merek maka akan mempengaruhi keputusan

pembelian sebesar 0.176, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

b) Uji T

Uji T yakni nilai signifikasinya harus $< 0,05$, dan nilai T hitung $>$ nilai T tabel.

Rumusnya yakni = T tabel : $t(a/2 : n-k-1)$ ⁷

Ket: n : Jumlah responden

k : Jumlah variabel

= a : 5% = $(0,05/2 : 98-2-1)$

= 0,025 ; 95

= 1,984

Tabel 4.17
Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.522	1.725		3.201	.002		
Label							
1 Halal	.288	.089	.238	3.223	.002	.911	1.098
Kesadaran Merek	.176	.060	.218	2.917	.004	.890	1.123

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20 Tahun 2022.

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansinya yaitu $0,002 < 0,05$ yang artinya t tabel pada gambar diatas merupakan signifikan, dan t hitung pada gambar diatas $3,223 > 1,984$ yang artinya t hitung pada keterangan gambar diatas merupakan signifikan.

Label halal (X1) pada tabel hasil diatas yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh label halal (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,223 >$ nilai t tabel 1,984 maka H_0 1 ditolak dan H_a 1 diterima. Artinya terdapat pengaruh keputusan pembelian terhadap label halal secara signifikan.

⁷ Wiratna Sujarweni, "Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi", (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 161.

Kesadaran Merek (X2) pada tabel diatas yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kesadaran merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah $0,004 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,917 >$ nilai t tabel $1,984$ maka H_0 1 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh keputusan pembelian terhadap label halal secara signifikan.

c) **Uji F**

Nilai signifikansi uji F yakni nilai signifikasinya harus $< 0,05$, dan nilai $f_{hitung} >$ nilai f_{tabel} .⁸ Dari tabel F diatas menunjukkan bahwa F_{tabel} peneliti yakni : $3,10$

Tabel 4.18

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	148.509	5	29.702	21.397	.001 ^b
1 Residual	130.481	94	1.388		
Total	278.990	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kesadaran Merek, Label Halal

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20 Tahun 2022.

Pada tabel diatas nilai signifikasinya $0,001 < 0,05$ yang artinya signifikan, dan nilai f hitung $21.397 >$ nilai f tabel $3,10$ yang artinya tabel diatas signifikan.

Jadi dari tabel diatas dapat disimpulkan nilai signifikan untuk pengaruh label halal (X1) dan Kesadaran Merek (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan f hitung $21.397 >$ nilai f tabel $3,10$ H_0 3 tersebut membuktikan bahwa H_0 3 ditolak dan H_1 3 diterima. Artinya terdapat label halal (X1) dan Kesadaran Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara signifikan.

⁸ Wiratna Sujarweni, “*Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*”, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 162.

d) Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.19
Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.532	.507	1.178

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Merek, Label Halal

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20 Tahun 2022.

Berdasarkan tabel R^2 tersebut dipengaruhi nilai koefisien R square (R^2) sebesar 0.532 atau 53,2%, jadi hasil kesimpulannya yakni besarnya pengaruh variabel label halal terhadap keputusan pembelian sebesar 0.532 (53,2%). Yang artinya terdapat 53,2% dari reponden sebesar 100, yang maksudnya hasil tersebut kurang memengaruhi, dikarenakan dilihat dari penduduk kecamatan Demak, Kabupaten Demak jumlah non islam juga mempengaruhi hal tersebut karena non islam tidak begitu memperhatikan akan adanya label halal.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Desa Kauman, Kabupaten Demak

Berdasarkan penelitian yang telah diuji dengan SPSS oleh peneliti, diperoleh hasil bahwa variabel X1 (label halal) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (keputusan pembelian) produk kosmetik wardah di Desa Kauman, Kabupaten Demak. Dengan hasil nilai signifikan $0,002 < 0.05$ dan nilai $t_{hitung} 3,223 > \text{nilai } t_{tabel} 1,984$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh keputusan pembelian terhadap label halal secara signifikan. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fannia Fatah yang menyatakan bahwalabelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tujuan pelabelan halal produk kosmetik wardah adalah untuk melindungi konsumen Muslim karena telah terjadinya banyak masalah mengenai beberapa produk yang mengandung unsur bahan haram, yang tidak seharusnya untuk dikonsumsi atau dipakai oleh orang muslim. Untuk mengantisipasi hal tersebut,

maka suatu produk harus mendaftarkan kebadan POM, yang dimana dalam proses produksi perlu ditetapkan syarat-syarat kehalalan produk secara syara'. Label halal pada kemasan produk secara langsung mempengaruhi konsumen khususnya masyarakat muslim untuk menggunakan produk tersebut. Adanya pelabelan halal maka menciptakan rasa aman dan nyaman saat memakai produk kosmetik wardah, sehingga meningkatkan kepercayaan dan niat beli konsumen.⁹

2. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Desa Kauman, Kabupaten Demak

Berdasarkan penelitian yang telah diuji dengan SPSS oleh peneliti, diperoleh hasil bahwa variabel X2 (Kesadaran Merek) berpengaruh negatif terhadap variabel Y (keputusan pembelian) produk kosmetik wardah di Desa Kauman, Kabupaten Demak. Dengan hasil nilai signifikan $0,004 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,917 >$ nilai $t_{tabel} 1,984$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh keputusan pembelian terhadap kesadaran merek secara signifikan. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukma Choirunisa yang menyatakan bahwa kesadaran merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kesadaran merek sangat penting ketika konsumen memilih merek saat berbelanja. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kesadaran merek maka semakin tinggi keputusan untuk membeli produk tersebut. Selain itu, Rahayuningsih (2019) melakukan penelitian sebelumnya dan mendapatkan kesimpulan yang berbeda dari penelitian yang lain, bahwa kesadaran merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya meskipun penelitian yang dilakukan oleh Sukma berbeda dengan peneliti Rahayuningsih, yang dimana peneliti Sukma hasilnya kesadaran merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari hasil ke dua peneliti tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan kesadaran merek tidak memaksa konsumen untuk mengubah keputusan pembelian produknya.¹⁰

⁹ Farokhah Niswah, "Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oleh Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga", Jurnal Ekonomi, 2016, hal. 13.

¹⁰ Sukma, "Pengaruh citra Merek dan Kesadaran Merek Pada Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Pada Kosmetik Wardah", 101.