

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Wardah Kosmetik

##### 1. Profile Wardah Kosmetik

Kecantikan menjadi sebuah keharusan di dunia setiap wanita. Meskipun tidak semua wanita yang ingin tampil cantik secara jasmani, namun jauh di lubuk hatinya kaum ini tetap ingin menjadi yang terbaik bagi orang-orang di sekelilingnya. Wardah sebagai kosmetik halal yang terbuat dari berbagai bahan yang aman karena tidak mengandung Hydroquinon, telah merebut perhatian segenap wanita Indonesia. Jargon 'produk halal' yang melekat pada kosmetik ini juga telah menambah daya tarik Wardah sebagai produksi Indonesia yang mendunia. Hal ini terlihat dari sejumlah komentar dari teman-temanku yang berasal dari Malaysia. Kedatangan mereka pada acara temu mahasiswa Melayu akhirnya mengubah pandanganku di bidang kosmetik. Di sela-sela topik pembicaraan yang mulai keluar dari tema pertemuan, para wanita inipun mulai berbincang perihal kosmetik yang mereka gunakan. Tidak pernah kuduga, ternyata banyak dari mereka yang menggunakan Wardah. Awalnya rasa penasaran dengan produk ini mulai menyelimutiku hingga akhirnya aku mencoba Lip Balm dari brand ini. Merasa cocok, aku mulai beralih menggunakan Compact Powder Wardah karena teksturnya yang lembut yang sangat cocok untuk kulit. Keraguan dalam menggunakan produk Wardah akhirnya sirna setelah lewat dari 2 bulan aku mencoba produk ini. Sertifikat halal yang diperoleh dari Wardah pun tidak lagi kuragukan dan embel-embel 'produk halal' ternyata tidak hanya berupa isapan jempol belaka.<sup>1</sup>

Bahan-bahan halal yang diformulasikan secara tepat ternyata mampu merubah paradigmatu tentang produk kecantikan sejenis yang memiliki

---

<sup>1</sup>Sertifikat Halal Wardah adalah Jaminan Kualitas Produk, <http://www.kompasiana.com/>, 26 September 2016.

berbagai jargon fenomenal yang membuat setiap kaum wanita ingin menggunakannya. Namun, Wardah menawarkan hal yang berbeda dengan tahap produksi yang dia usung. Dimana sertifikat halal hanya dapat diperoleh jika tahap produksinya juga halal. Dalam salah satu program training bertajuk *'Good Consumers in Good Manufacture'* dijelaskan bahwa secara langsung bahan yang halal dapat menjamin kualitas dari sebuah produk. Tidak hanya itu, ramuan kosmetik yang berasal dari bahan yang halal mampu membuat konsumen merasa nyaman secara psikis dan melindungi fisik dari kontaminan-kontaminan bahan yang tidak halal. Dalam seminar ini juga diungkapkan bahwa manufaktur-manufaktur terdepan saat ini tengah memburu sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh MUI karena kehalalan telah memberi jaminan kualitas yang lebih baik untuk konsumen. Tentu saja hal ini berlaku juga pada kosmetik. Kehalalan produk Wardah telah memberikan kenyamanan dalam berhias. Padu padan pilihan warna produk Wardah juga sangat cocok untuk kulit-kulit wanita Asia yang memiliki lapisan dermis yang lebih tipis. Tidak heran jika Wardah saat ini sudah menjadi tuan rumah dalam bidang kosmetik di Indonesia.<sup>2</sup>

## 2. Proses Pembuatan Wardah Kosmetik

Proses pembuatan kosmetik Wardah memperhatikan beberapa hal diantaranya yaitu pemilihan formula, pemilihan metode pembuatan, rencana pembesaran batch, proses produksi, serta kontrol kualitas.<sup>3</sup>

### a. Pemilihan Formula

Sebelum pemilihan terakhir atas suatu formulasi (setelah melewati percobaan-percobaan klinis kecil-kecilan atas keamanan formulasi beserta bahan-bahan baku di dalamnya), harus secara realistis yakin bahwa formulasi memang akan dapat di produksi secara besar-besaran dengan menggunakan alat-alat pabrik yang

---

<sup>2</sup>Sertifikat Halal Wardah adalah Jaminan Kualitas Produk, <http://www.kompasiana.com/>, 26 September 2016.

<sup>3</sup>Proses Produksi Kosmetik Wardah, <http://www.wardahbeauty.com/>, 26 September 2016.

telah ada. Bahkan pada saat itupun, bahan-bahan baku yang terkandung dalam formulasi itu masih harus secara kritis diteliti kembali sebelum betul-betul dipilih untuk digunakan.

Kosmetik adalah produk yang berinteraksi langsung dengan tubuh melalui kulit atau yang dikonsumsi langsung dalam bentuk obat. Produk bisa saja mengandung zat-zat bersifat najis dalam paradigma agama Islam, salah satunya adalah bahan-bahan mentah yang terbuat dari binatang haram. Wardah merupakan kosmetik halal karena memenuhi kriteria dibawah ini :

- 1) Bahan yang digunakan tidak mengandung anjing dan babi.
- 2) Tidak menggunakan bahan dari binatang seperti kolagen dari lemak sapi, proses kematian atau hewan telah dilakukan sesuai dengan prosedur Islam.
- 3) Wardah tidak terbuat dari hewan yang memiliki taring gigi.
- 4) Wardah tidak terbuat dari hewan yang memiliki cakar.
- 5) Wardah tidak terbuat dari darah dan plasenta hewan.
- 6) Wardah Kosmetik tidak mengandung alkohol.

#### **b. Pemilihan Metode Pembuatan**

Tujuan dari proses kosmetik adalah untuk menghasilkan suatu produk yang seragam serta memiliki keawetan yang panjang, maka pemilihan metode pembuatan yang tepat dengan menggunakan peralatan yang tersedia itu esensial.<sup>4</sup>

Produksi besar-besaran umumnya didasarkan pada hasil pengamatan produksi percobaan (*clinical batch*). Selama pembuatan *clinical batches*, perlu dilakukan pengamatan parameter-parameter kritis yang mempengaruhi kinerja produk, antara lain:

- 1) Langkah-langkah kritis dalam metode pembuatan.
- 2) Sifat-sifat produk yang kritis, seperti viskositas, dll.

---

<sup>4</sup> Proses Produksi Kosmetik Wardah, [http:// www.wardahbeauty.com/](http://www.wardahbeauty.com/), 26 September 2016.

- 3) Bahan-bahan baku inti, seperti surfaktan, lubrikan, bahan pensuspensi, bahan pembuat gel, atau bahan-bahan alam atau sintetik yang menentukan.

Setelah mengidentifikasi, parameter-parameter kritis tersebut, perlu memilih cara pembuatan yang paling tepat dan peralatan yang paling cocok agar menghasilkan produk yang “ideal”. Karena pembesaran produksi dari *clinical batch* ke *pilot size batches* dan akhirnya ke produksi besar-besaran mungkin harus mengkompromikan hal-hal tertentu dalam produksi, diharuskan untuk memilih metode khusus atau peralatan yang paling memenuhi standar selama pembuatan *clinical batch* agar kompromi tersebut tidak terlalu menyimpang.<sup>5</sup>

#### c. Rencana Pembesaran Batch

Pembesaran produk dari *laboratory size bathces* (clinical bathces), yang umumnya sampai 25 kg, ke *pilot plant bathces* (25-200 kg) disebut *scale-up* formulasi atau produksi. Untuk produksi kosmetik yang masih baru, *scale-up* dapat diselesaikan dalam 2 fase:

##### 1) Pembuatan *Clinical Batch*

Pengalaman pertama dengan batch ukuran agak besar umumnya ditemui disini. Karena itu, formulator produk itu sebaiknya hadir menyaksikan pembuatan *clinical batch* tersebut untuk menghindari masalah yang mungkin timbul akibat tidak tersedianya metode pembuatan yang kurang terperinci.

Setelah beberapa *clinical batch* sukses dibuat, suatu pembuatan umumnya sudah bisa dituliskan dalam format tertulis yang dapat dengan mudah dilanjutkan ke produksi *pilot plant batches*.

##### 2) Pembuatan *Pilot Plant Batch*

Umumnya pembuatan batch dalam fase *pilot plant batches* disarankan untuk dilanjutkan sebelum tes keamanan klinis fase

---

<sup>5</sup> Proses Produksi Kosmetik Wardah, [http:// www.wardahbeauty.com/](http://www.wardahbeauty.com/), 26 September 2016.

III mulai dilakukan untuk produk hasil metode pembuatan pilihan terakhir. Kebutuhan produksi untuk tes klinis demikian umumnya membutuhkan batches ukuran agak besar (200 kg).

Penelitian terhadap produksi pilot plant juga disebut penelitian perkembangan proses yang diadakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pokok berikut dan untuk mengidentifikasi langkah-langkah inti dalam proses pembuatan yang perlu disahkan atau ditolak:<sup>6</sup>

- 1) Formulasi itu bisa diproduksi lebih banyak atau tidak
- 2) Apakah metode produksi itu sesuai dengan kemampuan produk yang diharapkan dan dengan peralatan yang ada
- 3) Apakah diperlukan peralatan baru atau pabrik ke tiga
- 4) Apakah langkah-langkah pokok proses pembuatan telah teridentifikasi
- 5) Apakah studi untuk validitas telah didesain dengan baik

Penelitian terhadap produksi pilot plant perlu diarahkan untuk dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut secara memuaskan. Jika timbul pertanyaan apakah produk itu fleksible untuk diproduksi, maka sebaiknya produk itu diproduksi dengan menggunakan peralatan dan ukuran batch yang akan dipakai secara rutin.

Puncak kegiatan scale-up biasanya berupa produksi yang memuaskan dalam bentuk *production demonstration batch* yang kemudian digunakan untuk mengisi kebutuhan *packaging demonstration run* yang menghasilkan produk akhir yang telah dikemas. Study validasi biasanya dijalankan selama pembuatan *production demonstration batch* dan *packaging demonstration run*.

---

<sup>6</sup> Proses Produksi Kosmetik Wardah, [http:// www.wardahbeauty.com/](http://www.wardahbeauty.com/), 26 September 2016.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini menggunakan mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus yang mengambil jurusan Manajemen Bisnis Syariah. Mahasiswa yang telah masuk semester 1 hingga 9 mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus yang menggunakan produk kosmetik Wardah. Berdasarkan kriteria tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 63 responden. Proses yang dilakukan peneliti meliputi observasi langsung ke masing-masing kelas di jurusan Manajemen Bisnis Syariah semester 1 hingga 9, selama satu minggu untuk menyebarkan angket berkaitan dengan penelitian, setelah melakukan proses tersebut akhirnya peneliti memperoleh sampel sebanyak 63 responden.

Analisis ini menggambarkan tentang karakteristik responden yang akan diteliti. Analisis karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran responden, apakah dengan karakteristik responden yang berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama ataukah tidak. Karakteristik responden dalam penelitian ini antara lain: semester dan usia.

**Tabel 4.1**  
**Profil Responden**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Semester		
➤ Semester 1	7	11.8%
➤ Semester 3	12	19.1%
➤ Semester 5	15	23.5%
➤ Semester 7	28	44.1%
➤ Semester 9	2	1.5%
Usia		
➤ 19-22 tahun	28	45%
➤ 23-26 tahun	35	55%

Sumber : Data primer yang diolah, 2016.

Berdasarkan semester responden, terdiri atas lima kelompok, yaitu responden semester 1 hingga responden semester 9 yang seluruhnya berjumlah 63 responden. Karakteristik responden berdasarkan semester dari tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa dari 63 responden yang menjadi sampel mayoritas responden berada pada semester 7 sebanyak 28 orang atau 44.1%, sedangkan responden yang berada pada semester 1 sebanyak 7 orang atau 11.8% dari keseluruhan jumlah sampel. Responden yang berada pada semester 3 sebanyak 12 orang atau 19.1%. Responden yang berada pada semester 5 sebanyak 15 orang atau 23.5%. Responden yang berada pada semester 9 sebanyak 2 orang atau 1.5%.

Berdasarkan usia responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu responden usia 19-20 tahun dan responden usia 21-22 tahun yang seluruhnya berjumlah 63 responden. Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa dari 63 responden yang menjadi sampel mayoritas responden usia 23-26 tahun sebanyak 35 orang atau 55%, sedangkan responden usia 19-22 tahun sebanyak 28 orang atau 45% dari keseluruhan jumlah sampel. Jumlah responden usia 23-26 tahun yang lebih banyak dibanding dengan sampel responden usia 19-22 tahun dikarenakan kemampuan mereka dalam mengatur emosional untuk membeli barang yang berkualitas sudah baik, sehingga mereka mampu mengambil keputusan untuk membeli barang yang benar-benar berkualitas.

## 2. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan hasil angket yang telah disebar kepada seluruh mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus sebagai responden, maka diperoleh jawaban berupa data-data yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Jawaban Responden**

<b>Variabel Labelisasi Halal</b>										
<b>Item</b>	<b>SS</b>	<b>%</b>	<b>S</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>TS</b>	<b>%</b>	<b>STS</b>	<b>%</b>
x1.1	12	19%	32	51%	16	25%	3	5%	0	0%
x1.2	17	27%	29	46%	15	24%	1	2%	1	2%
x1.3	20	32%	32	51%	8	13%	1	2%	2	3%
x1.4	16	25%	34	54%	9	14%	3	5%	1	2%
<b>Variabel Atribut produk</b>										
<b>Item</b>	<b>SS</b>	<b>%</b>	<b>S</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>TS</b>	<b>%</b>	<b>STS</b>	<b>%</b>
x2.1	8	12,7%	33	52,4%	18	28,6%	4	6,3%	0	0,0%
x2.2	16	25,4%	30	47,6%	17	27,0%	0	0,0%	0	0,0%
x2.3	15	23,8%	28	44,4%	18	28,6%	2	3,2%	0	0,0%
x2.4	17	27,0%	34	54,0%	9	14,3%	2	3,2%	1	1,6%
x2.5	24	38,1%	25	39,7%	12	19,0%	1	1,6%	1	1,6%
x2.6	18	28,6%	30	47,6%	14	22,2%	1	1,6%	0	0,0%
x2.7	16	25,4%	31	49,2%	15	23,8%	1	1,6%	0	0,0%
x2.8	18	28,6%	31	49,2%	13	20,6%	1	1,6%	0	0,0%
x2.9	13	20,6%	30	47,6%	15	23,8%	5	7,9%	0	0,0%
x2.10	20	31,7%	26	41,3%	16	25,4%	1	1,6%	0	0,0%
x2.11	19	30,2%	27	42,9%	15	23,8%	2	3,2%	0	0,0%
x2.12	14	22,2%	31	49,2%	17	27,0%	1	1,6%	0	0,0%
x2.13	12	19,0%	25	39,7%	24	38,1%	2	3,2%	0	0,0%
x2.14	8	12,7%	32	50,8%	18	28,6%	5	7,9%	0	0,0%
x2.15	14	22,2%	33	52,4%	14	22,2%	2	3,2%	0	0,0%
x2.16	20	31,7%	29	46,0%	11	17,5%	3	4,8%	0	0,0%
<b>Variabel Keputusan Pembelian</b>										
<b>Item</b>	<b>SS</b>	<b>%</b>	<b>S</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>TS</b>	<b>%</b>	<b>STS</b>	<b>%</b>
Q1	17	27,0%	29	46,0%	14	22,2%	3	4,8%	0	0,0%
Q2	12	19,0%	34	54,0%	15	23,8%	2	3,2%	0	0,0%
Q3	21	33,3%	28	44,4%	12	19,0%	1	1,6%	1	1,6%
Q4	14	22,2%	28	44,4%	15	23,8%	5	7,9%	1	1,6%
Q5	12	19,0%	28	44,4%	20	31,7%	3	4,8%	0	0,0%

Sumber : Data primer yang diolah, 2016.

Adapun penjelasan deskripsi angket adalah sebagai berikut:

**a. Labelisasi Halal**

Hasil penelitian terhadap Labelisasi Halal menunjukkan bahwa: Pada item pertama, 19% responden menyatakan sangat setuju, 51% responden menyatakan setuju, 25% responden memilih bersikap netral, 5% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa proses pembuatan produk Wardah dilakukan dengan cara steril dan dijaga kebersihannya.

Pada item kedua, 27% responden menyatakan sangat setuju, 46% responden menyatakan setuju, 24% responden memilih bersikap netral, 2% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 2% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa bahan baku utama pembuatan produk Wardah adalah bahan yang halal dan tidak najis..

Pada item ketiga, 32% responden menyatakan sangat setuju, 51% responden menyatakan setuju, 13% responden memilih bersikap netral, 2% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 3% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa bahan pembantu pembuatan produk Wardah adalah bahan yang halal dan tidak najis.

Pada item keempat, 25% responden menyatakan sangat setuju, 54% responden menyatakan setuju, 14% responden memilih bersikap netral, 5% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 2% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa tidak terdapat efek samping yang membahayakan saat menggunakan produk Wardah.

**b. Atribut produk**

Hasil penelitian terhadap Atribut produk menunjukkan bahwa: Pada item pertama, 12,7% responden menyatakan sangat setuju, 52,4% responden menyatakan setuju, 28,6% responden memilih

bersikap netral, 6,3% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa produk kosmetik Wardah terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas.

Pada item kedua, 25,4% responden menyatakan sangat setuju, 47,6% responden menyatakan setuju, 27,0% responden memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa produk kosmetik Wardah mudah digunakan.

Pada item ketiga, 23,8% responden menyatakan sangat setuju, 44,4% responden menyatakan setuju, 28,6% responden memilih bersikap netral, 3,2% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa produk kosmetik Wardah memiliki daya kerja yang cepat dan aman bagi kulit.

Pada item keempat, 27,0% responden menyatakan sangat setuju, 54,0% responden menyatakan setuju, 14,3% responden memilih bersikap netral, 3,2% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 1,6% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa reputasi produk kosmetik Wardah memiliki kualitas yang baik di pasar.

Pada item kelima, 38,1% responden menyatakan sangat setuju, 39,7% responden menyatakan setuju, 19,0% responden memilih bersikap netral, 1,6% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 1,6% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa harga produk kosmetik Wardah terjangkau.

Pada item keenam, 28,6% responden menyatakan sangat setuju, 47,6% responden menyatakan setuju, 22,2% responden memilih bersikap netral, 1,6% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa harga produk kosmetik Wardah sesuai dengan kualitasnya.

Pada item ketujuh, 25,4% responden menyatakan sangat setuju, 49,2% responden menyatakan setuju, 23,8% responden memilih

bersikap netral, 1,6% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa produk kosmetik Wardah sangat hemat pemakaiannya.

Pada item kedelapan, 28,6% responden menyatakan sangat setuju, 49,2% responden menyatakan setuju, 20,6% responden memilih bersikap netral, 1,6% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa produk kosmetik Wardah lebih terjangkau jika dibandingkan dengan produk pesaingnya.

Pada item kesembilan, 20,6% responden menyatakan sangat setuju, 47,6% responden menyatakan setuju, 23,8% responden memilih bersikap netral, 7,9% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa merek produk kosmetik Wardah sesuai dengan status ekonomi.

Pada item kesepuluh, 31,7% responden menyatakan sangat setuju, 41,3% responden menyatakan setuju, 25,4% responden memilih bersikap netral, 1,6% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa produk kosmetik Wardah mudah diingat dari bentuk wadahnya, dan warnanya.

Pada item kesebelas, 30,2% responden menyatakan sangat setuju, 42,9% responden menyatakan setuju, 23,8% responden memilih bersikap netral, 3,2% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa merek produk kosmetik Wardah milik perusahaan terkenal.

Pada item kedua belas, 22,2% responden menyatakan sangat setuju, 49,2% responden menyatakan setuju, 27,0% responden memilih bersikap netral, 1,6% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa produk kosmetik Wardah dikenal oleh masyarakat.

Pada item ketiga belas, 19% responden menyatakan sangat setuju, 39,7% responden menyatakan setuju, 38,1% responden memilih bersikap netral, 3,2% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa produk kosmetik Wardah adalah merek yang saya suka.

Pada item keempat belas, 12,7% responden menyatakan sangat setuju, 50,8% responden menyatakan setuju, 28,6% responden memilih bersikap netral, 7,9% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa warna kemasan produk kosmetik Wardah menarik.

Pada item kelima belas, 22,2% responden menyatakan sangat setuju, 52,4% responden menyatakan setuju, 22,2% responden memilih bersikap netral, 3,2% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa produk kosmetik Wardah memiliki ukuran, bentuk, dan warna huruf yang menarik pada kemasan.

Pada item keenam belas, 31,7% responden menyatakan sangat setuju, 46,0% responden menyatakan setuju, 17,5% responden memilih bersikap netral, 4,8% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa kemasan produk kosmetik Wardah mampu melindungi produk didalamnya.

**c. Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa: Pada item pertama, 27,0% responden menyatakan sangat setuju, 46,0% responden menyatakan setuju, 22,2% responden memilih bersikap netral, 4,8% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa responden memiliki tingkat keyakinan yang tinggi dalam menggunakan produk kosmetik Wardah.

Pada item kedua, 19,0% responden menyatakan sangat setuju, 54,0% responden menyatakan setuju, 23,8% responden memilih bersikap netral, 3,2% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa responden memiliki kepercayaan bahwa produk kosmetik Wardah adalah produk yang aman.

Pada item ketiga, 33,3% responden menyatakan sangat setuju, 44,4% responden menyatakan setuju, 19,0% responden memilih bersikap netral, 1,6% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 1,6% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa responden berminat menggunakan produk kosmetik Wardah.

Pada item keempat, 22,2% responden menyatakan sangat setuju, 44,4% responden menyatakan setuju, 23,8% responden memilih bersikap netral, 7,9% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 1,6% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa responden mengenal dengan baik produk kosmetik Wardah.

Pada item kelima, 19,0% responden menyatakan sangat setuju, 44,4% responden menyatakan setuju, 31,7% responden memilih bersikap netral, 4,8% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa kualitas produk kosmetik Wardah tidak diragukan lagi.

Hasil jawaban dari responden yang merupakan tanggapan responden atas item-item pertanyaan dalam kuesioner tersebut setelah dikuantitatifkan diperoleh hasil statistik deskripsi yang dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

**Tabel 4.3**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
labelisasi halal	63	8,00	20,00	15,8254	2,44646
atribut produk	63	48,00	78,00	62,9524	6,00115
keputusan pembelian	63	11,00	25,00	19,4603	2,79876
Valid N (listwise)	63				

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2016

Variabel labelisasi halal dilakukan pengamatan terhadap 63 responden, dimana dari 63 responden tersebut nilai tertinggi adalah 20 dan nilai minimum adalah 8. Rata-rata dari labelisasi halal dari 63 responden adalah 15,82 dengan standar deviasi sebesar 2,44. Nilai rata-rata yang lebih tinggi dari nilai standar deviasi dapat disimpulkan bahwa jawaban tentang labelisasi halal dari responden satu dengan lainnya tidak jauh berbeda.

Variabel atribut produk dilakukan pengamatan terhadap 63 responden, dimana dari 63 responden tersebut nilai tertinggi adalah 78 dan nilai minimum adalah 48. Rata-rata dari atribut produk dari 63 responden adalah 62,95 dengan standar deviasi sebesar 6,00. Nilai rata-rata yang lebih tinggi dari nilai standar deviasi dapat disimpulkan bahwa jawaban tentang atribut produk dari responden satu dengan lainnya tidak jauh berbeda.

Variabel keputusan pembelian dilakukan pengamatan terhadap 63 responden, dimana dari 63 responden tersebut nilai tertinggi adalah 25 dan nilai minimum adalah 11. Rata-rata dari labelisasi halal dari 63 responden adalah 19,46 dengan standar deviasi sebesar 2,79. Nilai rata-rata yang lebih tinggi dari nilai standar deviasi dapat disimpulkan bahwa jawaban tentang keputusan pembelian dari responden satu dengan lainnya tidak jauh berbeda.

### **3. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen**

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Untuk mengetahui valid atau tidaknya pertanyaan tersebut maka dapat diketahui dengan cara membandingkan  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel serta memiliki nilai koefisien

probabilitas dibawah 0,05 maka butir pertanyaan tersebut valid. Hasil analisis validitas dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas**

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
x1.1	0,664	0,361	Valid
x1.2	0,694	0,361	Valid
x1.3	0,807	0,361	Valid
x1.4	0,710	0,361	Valid
x2.1	0,600	0,361	Valid
x2.2	0,420	0,361	Valid
x2.3	0,473	0,361	Valid
x2.4	0,446	0,361	Valid
x2.5	0,367	0,361	Valid
x2.6	0,608	0,361	Valid
x2.7	0,366	0,361	Valid
x2.8	0,603	0,361	Valid
x2.9	0,574	0,361	Valid
x2.10	0,630	0,361	Valid
x2.11	0,454	0,361	Valid
x2.12	0,470	0,361	Valid
x2.13	0,523	0,361	Valid
x2.14	0,380	0,361	Valid
x2.15	0,364	0,361	Valid
x2.16	0,363	0,361	Valid
qy1	0,626	0,361	Valid
qy2	0,669	0,361	Valid
qy3	0,612	0,361	Valid
qy4	0,725	0,361	Valid
qy5	0,706	0,361	Valid

**Sumber : Data primer yang diolah tahun 2016.**

Berdasarkan tabel 4.5 diatas diketahui bahwa masing-masing item yang menyusun masing-masing kuesioner memiliki r hitung lebih dari r

tabel ( $r$  hitung  $> 0,361$ ), yang berarti masing-masing item dari variabel adalah valid. Dengan demikian syarat validitas dari alat ukur terpenuhi.

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Apabila ukuran tersebut di kelompokkan ke dalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan seperti berikut:

**Tabel 4.5**  
**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

Uji reliabilitas memberikan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Item Pertanyaan	Alpha Cornbach	r hitung	Keterangan
Labelisasi halal	0,787	0,60	Reliabel
Atribut produk	0,722	0,60	Reliabel
Keputusan pembelian	0,765	0,60	Reliabel

**Sumber : Data primer yang diolah tahun 2016.**

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai cronbach alpa yang lebih tinggi dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel tersebut reliabel. Dengan demikian syarat reliabilitas alat ukur terpenuhi.

### C. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah suatu data dapat dianalisa lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak bias. Adapun kriteria pengujian tersebut sebagai berikut :

#### 1. Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Labelisasi halal (X1)	0.731	1.369
Atribut produk (X2)	0.731	1.369

**Sumber : Data primer diolah, 2016.**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.<sup>7</sup> Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada semua variabel penjelas model regresi yang digunakan yaitu Labelisasi halal (X1), Atribut produk (X2) karena semua nilai VIF kurang dari angka 10.

#### 2. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, BP Undip : Semarang, 2008, hal. 91.

<sup>8</sup> *Ibid.*, hal. 105.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

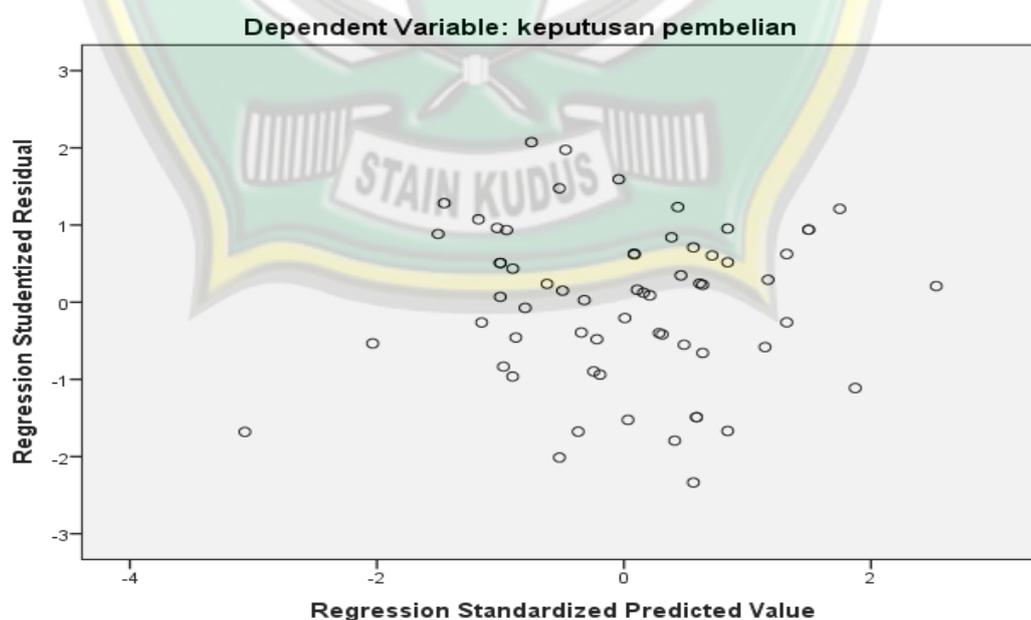
Model	Durbin-Watson
1	1,872

Sumber : Data primer diolah, 2016.

Dari hasil pengujian autokorelasi nilai Durbin Watson sebesar 1,872 nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah sampel 63, dan jumlah variabel bebas 2, maka diperoleh nilai dl 1,536 dan nilai du 1,662. Oleh karena nilai DW 1,872 diantara  $du < DW < 4-du$  yaitu  $(1,662 < 1,872 < 2,338)$  maka sesuai kaidah pengambilan keputusan disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif pada model regresi.

### 3. Uji Heterokedastisitas

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**  
**Scatterplot**

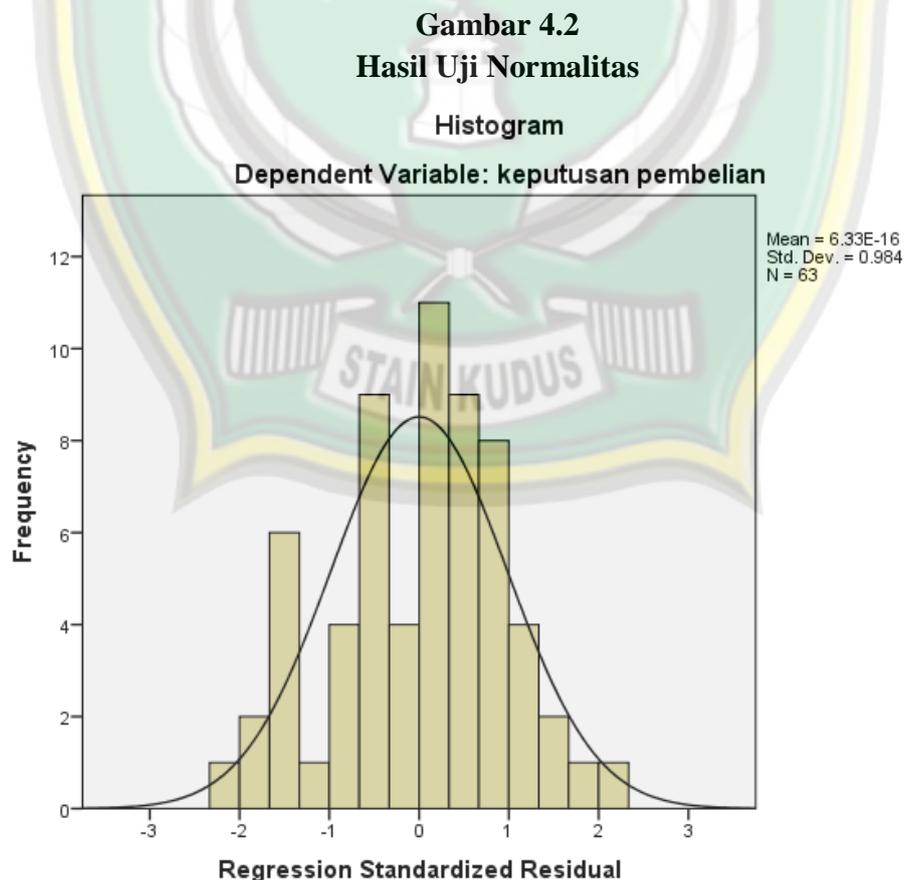


Sumber : Data primer diolah, 2016

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Berdasarkan grafik scatterplot tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh labelisasi halal dan atribut produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah studi pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus.

#### 4. Uji Normalitas

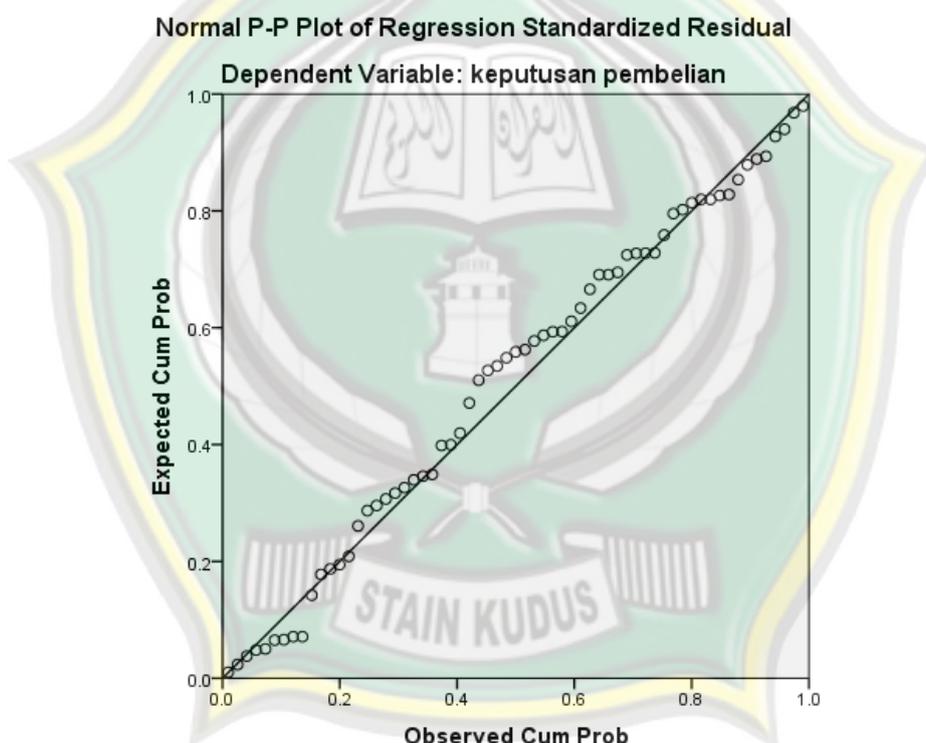
Hasil uji normalitas dengan bantuan komputer program SPSS disajikan pada gambar sebagai berikut:



Sumber : Data primer diolah, 2016

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.<sup>9</sup> Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Berdasarkan *normal probability plot* pada gambar tersebut menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas**



Sumber : Data primer diolah, 2016

#### D. Hasil Analisis Statistik

##### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal dan atribut produk terhadap

---

<sup>9</sup> *Ibid.*, hal. 115.

keputusan pembelian produk kosmetik wardah studi pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus dengan variabel bebas yang meliputi labelisasi halal, atribut produk. Dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.9**  
**Nilai Koefisien Regresi**

Variabel	B
Konstanta	0.553
Labelisasi halal (X1)	0.196
Atribut produk (X2)	0.652

**Sumber : Data primer yang diolah, 2016.**

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi pengaruh labelisasi halal dan atribut produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah studi pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus. adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0.553 + 0.196X_1 + 0.652X_2 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian (Y) dengan menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha$  0.05 dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta dari hasil penelitian menunjukkan nilai yang positif yaitu sebesar 0.553, dapat diartikan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel bebas seperti labelisasi halal, atribut produk, persepsi kualitas merek dan loyalitas merek, maka variabel terikat keputusan pembelian sudah memiliki nilai sendiri sebesar 0.553.
- Variabel labelisasi halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan koefisien regresi sebesar 0.196. Artinya variabel labelisasi halal mempunyai pengaruh yang searah dengan keputusan pembelian, apabila variabel labelisasi halal naik 1 satuan maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0.196 dan apabila variabel labelisasi halal turun sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan turun sebesar 0.196.

- c. Variabel atribut produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan koefisien regresi sebesar 0.652. Artinya variabel atribut produk mempunyai pengaruh yang searah dengan keputusan pembelian, apabila variabel atribut produk naik 1 satuan maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0.652 dan apabila variabel atribut produk turun sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan turun sebesar 0.652.
- d. Koefisien *e* atau *error* menunjukkan bahwa terdapat variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
- e. Implikasi penelitian yang bisa diambil bahwa keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh labelisasi halal, atribut produk, namun variabel yang memiliki pengaruh lebih besar adalah atribut produk, sehingga tenaga marketing dari pihak Wardah kosmetik diharapkan lebih menekankan pada aspek atribut produk Wardah di benak konsumen.

## 2. Uji t

Dalam rangka pengujian hipotesis bahwa variabel labelisasi halal, atribut produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) digunakan uji t.<sup>10</sup> Dari tabel berikut hasil persamaan regresi pada variabel-variabel penelitian akan diperlihatkan satu persatu dengan memperlihatkan  $t_{hitung}$  dari olah data SPSS.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.553	.626		.884	.380
labelisasi halal	.196	.113	.214	1.735	.088
atribut produk	.652	.184	.437	3.541	.001

Sumber : Data primer yang diolah, 2016.

<sup>10</sup> *Ibid.*, hal. 84.

a. Labelisasi halal

Dengan pengujian satu sisi (*one tail*) yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0,05$  dan dengan derajat kebebasan  $df (N-k-1) = 63-2-1 = 60$  diperoleh  $t_{tabel} = 1,6706$ . Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1.735. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $1.735 > 1.6706$ ), seperti terlihat pada tabel 4.13. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  berada pada daerah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya terdapat pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah studi pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus, **sehingga  $H_1$  diterima.**

b. Atribut produk

Dengan pengujian satu sisi (*one tail*) yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0,05$  dan dengan derajat kebebasan  $df (N-k-1) = 63-2-1 = 60$  diperoleh  $t_{tabel} = 1,6706$ . Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.541. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $3.541 > 1.6706$ ), seperti terlihat pada tabel 4.13. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  berada pada daerah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya terdapat pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah studi pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus, **sehingga  $H_1$  diterima.**

### 3. Uji F Simultan

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Langkah pertama yaitu merumuskan hipotesis yaitu diduga terdapat pengaruh labelisasi halal dan atribut produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah studi pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus. Langkah kedua menentukan besarnya F

tabel dengan ukuran sampel. Dimana dk pembilang= 2 dk penyebut= 63 dan nilai  $\alpha = 0.05$ , sehingga di dapat F tabel = 3,15 seperti pada tabel berikut:

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Statistik F**

<b>Koefisien</b>	<b>Nilai</b>
Nilai F	15.009
Nilai Sig.	0,000

**Sumber : Data primer diolah, 2016**

Langkah ketiga menentukan besarnya F hitung = 15.009 yang telah disajikan tabel ANOVA dalam persamaan regresi. Langkah keempat yaitu membuat keputusan pengujian dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Karena F hitung lebih besar dari F tabel ( $15.009 > 3,15$ ) maka hipotesis yang menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh labelisasi halal dan atribut produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah studi pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus dapat diterima dan terbukti benar.

#### **4. Koefisien Determinasi**

Untuk memperkirakan atau meramalkan nilai variabel dependen (Y), perlu dilakukan perhitungan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi Y. Dengan demikian antara variabel baik dependen dan independen tentunya mempunyai hubungan atau korelasi.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) adalah keputusan pembelian, selanjutnya variabel independen atau bebas adalah labelisasi halal, atribut produk. Hasil analisis korelasi dan regresi berganda dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, hal. 83.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.577 <sup>a</sup>	.333	.311	.46454	1.872

a. Predictors: (Constant), atribut produk, labelisasi halal

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

**Sumber : Data primer yang diolah, 2016**

Berdasarkan hasil koefisien determinasi tersebut dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui nilai  $r = 0.577^a$ , hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas labelisasi halal, atribut produk memiliki hubungan terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y). Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang kuat.

Dari hasil analisis regresi linier berganda tersebut, diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan  $R^2$  besarnya 0,333. Ini berarti variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel labelisasi halal, atribut produk, persepsi kualitas merek dan loyalitas merek yang diturunkan dalam model sebesar 33.3%, atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap variasi (perubahan) keputusan pembelian (Y) sebesar 33.3%. Variasi keputusan pembelian (Y) bisa dijelaskan oleh variasi dari keempat variabel independen, jadi sisanya sebesar  $(100\% - 33.3\% = 66.7\%)$  keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, misalnya harga, kualitas produk, diskon dan lainnya.

## **E. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Labelisasi halal Terhadap Keputusan Pembelian**

Terdapat pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah studi pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus. Berdasarkan nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel

(1.735>1.6706), serta koefisien regresi 0.196. Sehingga adanya label halal dalam kemasan kosmetik Wardah mendorong konsumen dalam hal ini mahasiswa untuk melakukan pembelian produk tersebut.

Hal ini disebabkan berdasarkan penyebaran kuesioner diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.956 yang artinya sebagian besar responden setuju bahwa proses pembuatan produk Wardah dilakukan dengan cara steril dan dijaga kebersihannya. Bahan baku utama pembuatan produk Wardah adalah bahan yang halal dan tidak najis. Bahan pembantu pembuatan produk Wardah adalah bahan yang halal dan tidak najis. Tidak terdapat efek samping yang membahayakan saat menggunakan produk Wardah.

Pencantuman label halal produk dilakukan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen muslim, dikarenakan banyaknya permasalahan labelisasi halal pada produk-produk yang mengandung bahan-bahan yang haram untuk dikonsumsi. Untuk mengantisipasi hal tersebut maka dalam proses produksi diperlukannya ketentuan-ketentuan syarat kehalalan suatu produk secara syara'. Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen khususnya masyarakat muslim untuk menggunakan produk tersebut. munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengonsumsi produk tersebut akan meningkatkan kepercayaan serta minat belinya.<sup>12</sup>

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Dewi Kurnia Sari dan Ilyda Sudardjat, serta hasil penelitian Eri Agustian H. dan Sujana menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian produk.

## 2. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Terdapat pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah studi pada mahasiswa Manajemen Bisnis

---

<sup>12</sup> 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.

Syariah STAIN Kudus. Berdasarkan nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3.541 > 1.6706$ ), serta koefisien regresi 0.652. Sehingga atribut produk kosmetik Wardah yang meliputi harga, kemasan, bahan baku mendorong konsumen dalam hal ini mahasiswa untuk melakukan pembelian produk tersebut.

Hal ini disebabkan berdasarkan penyebaran kuesioner diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.934 yang artinya sebagian besar responden setuju bahwa produk kosmetik Wardah terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas. Produk kosmetik Wardah mudah digunakan. Produk kosmetik Wardah memiliki daya kerja yang cepat dan aman bagi kulit. Reputasi produk kosmetik Wardah memiliki kualitas yang baik di pasar. Harga produk kosmetik Wardah terjangkau. Harga produk kosmetik Wardah sesuai dengan kualitasnya.

Responden juga setuju bahwa produk kosmetik Wardah sangat hemat pemakaiannya. Produk kosmetik Wardah lebih terjangkau jika dibandingkan dengan produk pesaingnya. Merek produk kosmetik Wardah sesuai dengan status ekonomi. Produk kosmetik Wardah mudah diingat dari bentuk wadahnya, dan warnanya. Merek produk kosmetik Wardah milik perusahaan terkenal. produk kosmetik Wardah dikenal oleh masyarakat. produk kosmetik Wardah adalah merek yang saya suka. Warna kemasan produk kosmetik Wardah menarik. produk kosmetik Wardah memiliki ukuran, bentuk, dan warna huruf yang menarik pada kemasan. Kemasan produk kosmetik Wardah mampu melindungi produk didalamnya.

Atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli. Atribut produk dapat berupa sesuatu yang berwujud (*tangible*) maupun sesuatu yang tidak berwujud (*intangible*). Atribut yang berwujud dapat berupa merek, kualitas produk, desain produk, label produk, kemasan dan sebagainya. Sedangkan yang tidak berwujud seperti kesan atau *image* konsumen

terhadap nama merek yang diberikan kepada produk tersebut. Setiap produk akan memiliki atribut yang berbeda dengan jenis produk yang lain. Atribut produk adalah unsur- unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.<sup>13</sup>

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Kenshi Poneva serta hasil penelitian Windya Eka Arifiana, dkk yang menunjukkan bahwa atribut produk yaitu kualitas produk dan desain produk yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **3. Pengaruh Labelisasi Halal dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Terdapat pengaruh labelisasi halal dan atribut produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah studi pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus. Berdasarkan nilai F hitung  $>$  F tabel ( $15.009 > 3,15$ ). Sehingga adanya label dalam kemasan kosmetik Wardah serta atribut produk kosmetik Wardah yang meliputi harga, kemasan, bahan baku mendorong konsumen dalam hal ini mahasiswa untuk melakukan pembelian produk tersebut.

Atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan. Adanya atribut yang melekat pada suatu produk dapat digunakan konsumen untuk menilai dan mengukur kesesuaian atribut produk dengan kebutuhan dan keinginan. Label adalah sejumlah keterangan pada kemasan produk. Secara umum, label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk, dan keterangan legalitas. Keterangan tentang halal pada produk yang dijual terutama di Indonesia mempunyai arti yang sangat penting dan dimaksudkan untuk melindungi masyarakat yang beragama Islam agar terhindar dari melakukan pengkonsumsian pangan yang tidak halal (haram). Produk kosmetik memang tidak dimakan dan masuk ke dalam

---

<sup>13</sup> Kenshi Poneva, Op. Cit., hal. 3.

tubuh, oleh karena itu kosmetik biasanya dikaitkan dengan masalah suci atau najis. Produk tersebut dapat dikatakan haram jika produk kosmetik tersebut mengandung bahan-bahan najis, seperti turunan hewan (kolagen) ataupun bagian dari tubuh manusia, misalnya plasenta.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Vivi Rahmawati menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh secara langsung signifikan terhadap keputusan pembelian. label halal dapat memperkuat hubungan langsung antara pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian.

## **F. Implikasi Penelitian**

### **1. Teoritis**

Implikasi teoritis dari penelitian ini bermanfaat terhadap pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, menunjukkan bahwa untuk meningkatkan keputusan pembelian maka perusahaan atau organisasi harus bisa menggunakan teknik – teknik untuk meningkatkan keputusan pembelian, sehingga konsumen menjadi tertarik untuk membeli sebuah produk.

### **2. Praktis**

Dalam penelitian memberikan implikasi secara praktis sebagai berikut:

- a. Untuk menciptakan keputusan pembelian konsumen yang optimal, perusahaan secara konsisten perlu memperhatikan dan meningkatkan labelisasi halal dan atribut produk sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk.
- b. Penelitian ini mengindikasikan bahwa masih terdapat faktor lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian seorang konsumen selain labelisasi halal dan atribut produk.