

PENGARUH LABEL HALAL HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi Kasus: Remaja Generasi Z)

Meidyna Syafa Maura¹), Maulana Syarif Hidayatullah²)

^{1,2} Prodi Ekonomi Syariah, Universitas Gunadarma

email: meidynamaura27@gmail.com

email: msyarif@staff.gunadarma.ac.id

Abstract

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label halal, harga dan kualitas produk, terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening pada remaja generasi Z. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh remaja generasi Z sedangkan sampel penelitian ini yaitu 100 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Asumsi Klasik, Regresi Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinasi. Secara parsial label halal, harga dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan label halal, harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening.

Keywords: Label Halal, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia. Permintaan untuk barang halal mengalami peningkatan sebagai akibat dari halal *lifestyle*. Barang-barang halal sangat penting bagi masyarakat muslim. Sepanjang sejarah perkembangan produk halal, industri makanan dan minuman merupakan pelopor dalam pembuatan label dan sertifikasi halal, yang sering kita jumpai pada kemasan produk dan terpampang di restoran-restoran. Saat ini perkembangan produk halal bukan hanya berkembang pada produk olahan pangan saja tetapi produk olahan non-pangan seperti make-up, skincare atau produk kecantikan lainnya. Menurut (Astuti, 2019), untuk mendapatkan pengakuan kehalalan suatu produk, suatu brand kecantikan harus memenuhi beberapa persyaratan yang

harus dilewati. Saat ini Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) sudah mengeluarkan persyaratan sertifikasi halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), dalam hal produk dan bahan dijelaskan bahwa bahan atau kandungan yang terdapat pada produk tersebut tidak boleh mengandung unsur yang haram ataupun najis. Selain itu karakteristik produk tidak boleh memiliki bau atau rasa yang mengarah kepada produk yang haram atau produk yang telah diharamkan oleh MUI.

Perkembangan produk kecantikan saat ini membuat banyaknya produk-produk baru yang mulai bermunculan, baik produk tersebut berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Banyaknya produk impor yang beredar saat ini membuatnya jumlah

kosmetik ilegal meningkat dengan pesat. Pada Desember 2020, Badan Pengkaji Obat dan Makanan (BPOM) melakukan penyitaan terhadap penjual online di tiga lokasi yang menjadi gudang kosmetik impor ilegal (Arief, 2022). Dalam operasi tersebut, BPOM menyita puluhan ribu pieces kosmetik ilegal dengan nilai Rp 10 miliar. Pasalnya, produk tersebut tidak dijamin aman bagi tubuh lantaran tidak memiliki izin edar dari BPOM.

Produk kosmetik ilegal yang beredar saat ini mengandung bahan-bahan berbahaya yang tidak layak untuk digunakan, pasalnya kandungan yang terdapat dalam produk tersebut dapat berdampak buruk jika digunakan dalam jangka panjang. Kandungan yang terdapat pada produk kosmetik ilegal saat ini seperti merkuri, hidrokinon dan pewarna rhodamin K10 (Saracil, 2021). Jika kita menggunakannya akan menyebabkan efek samping seperti, wajah akan terasa panas, kulit mengelupas, timbulnya jerawat atau yang paling parah nya lagi bisa menyebabkan kanker kulit (Rizky & Slamet, 2022)

Saat ini wanita cenderung memilih produk yang memiliki harga rendah dengan menawarkan hasil yang menjanjikan, tanpa melihat apakah produk tersebut memiliki kandungan yang aman sehingga sudah terdaftar di BPOM atau produk tersebut sudah bersertifikasi halal. Dengan melihat fenomena yang telah terjadi, tentunya diperlukan ketelitian dalam membeli produk kecantikan tersebut, seperti melihat apakah terdapat gambar BPOM atau logo halal pada produk tersebut. Dengan melihat logo halal sudah dipastikan produk tersebut sudah aman teruji, baik dari produk ataupun bahan yang terkandung didalamnya.

Salah satu brand kecantikan yang saat ini sudah terjamin kualitas dan kehalalannya yaitu Scarlett Whitening. Produk perawatan kulit asal Indonesia yang sudah melewati berbagai tes dan uji coba mulai dari cara kerjanya hingga kandungan yang terdapat di produk

tersebut. Pada produk scarlett whitening sendiri terdiri dari *body care*, *face care*, dan *hair care*, yang mana didalamnya terdapat kandungan vitamin E dan Glutathione yang mengandung antioksidan sehingga dapat mencerahkan kulit.

2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian terdiri dari prosedur penelitian, penentuan sample, teknik pengumpulan data, pengukuran variabel, dan metode analisis data yang disajikan secara singkat dan padat.

Menurut Sugiyono (2014) bahwa: "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek/obyek yang mempunyai kualitas dari karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya." Populasi dalam penelitian ini adalah Remaja Generasi Z.

Sampel

Pengambilan sampel merupakan langkah dalam menentukan besar sampel untuk melakukan penelitian. Selain itu juga diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus memperlihatkan semua karakteristik populasi agar dapat tercermin dalam sampel yang dipilih, dengan kata lain sampel harus dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya atau dapat mewakili representatif (Sugiyono, 2014).

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$N = \frac{n}{1 + (n \times e^2)}$$

$$N = \frac{66.662.815}{1 + (66.662.815 \times 0.1^2)}$$

$$N = \frac{66.662.815}{1 + (66.662.815 \times 0.1^2)}$$

$$N = 99,99$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e = 0,1%

Berdasarkan perhitungan sampel yang telah penulis lakukan, maka jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian adalah sebanyak 100 Responden

Teknik Pengumpulan Data

Penulis melakukan survei terhadap remaja generasi Z dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. Kuesioner ini berbentuk dua bagian, bagian pertama menanyakan tentang identitas responden dan bagian kedua berisi pernyataan dan pertanyaan. Prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini adalah Kuesioner, dimana terdapat kumpulan pertanyaan yang harus dibalas atau diselesaikan oleh responden yang menginginkan penyelidikan. Kuesioner digunakan untuk mengetahui jawaban responden terhadap pertanyaan yang diajukan

Metode Analisis Data

a. Uji Validitas

Kemampuan indikator untuk mengukur tingkat kebenaran suatu konsep dikenal sebagai uji validitas. Ini mengacu pada kelangsungan gagasan yang dikembangkan. Item dianggap sah jika nilai korelasi antara item dan total item 30 sama dengan atau lebih besar dari 0,3 namun item dianggap tidak valid jika nilai korelasi lebih rendah dari 0,3. (Sugiyono, 2014)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indikator seberapa besar suatu alat ukur dapat diandalkan. Saat menggunakan pendekatan pengukuran Cronbach alpha dalam SPSS, reliabilitas menunjukkan seberapa konsisten suatu alat ukur mengukur gejala yang sama sepanjang waktu. Dimana dianggap dapat dipercaya jika Cronbach alpha lebih besar dari 0,6 (Astuti, 2019).

c. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali dalam (Puspitasari, 2020), digunakan untuk mengetahui apakah variabel perancu atau residual dalam model regresi terdistribusi normal atau tidak.

Tes Kolmogorov-Smirnov dapat digunakan untuk menentukan metodologi. Standar yang diikuti adalah sebagai berikut:

- 1) Distribusi normal jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05.
- 2) Distribusi tidak normal jika tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0,05.

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut (Ghozali, 2013), digunakan untuk analisis regresi berganda yang mencakup dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$), dimana kekuatan koefisien korelasi (r) akan digunakan untuk mengevaluasi seberapa dekat variabel independen terkait. Menurut (Ghozali, 2013), nilai *cut-off* multikolinearitas VIF 10 dengan persyaratan berikut digunakan untuk mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya: Multikolinearitas berkembang jika VIF 10. Tidak ada multikolinearitas jika VIF 10.

e. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali dalam (Puspitasari, 2020), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan variansi antara satu observasi dengan residual lainnya dalam model regresi. Uji Glejser dapat digunakan untuk menemukan heteroskedastisitas. Nilai absolut residual di regresi terhadap variabel independen untuk melakukan uji Glejser. Tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, namun terdapat gejala jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

f. Analisis Regresi Linier berganda

Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Regresi linier berganda (multiple linier regression) bertujuan untuk membuktikan hipotesis, ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel X_1, X_2, X_3 , dan

X4 terhadap variabel Y dan dibuktikan oleh t-test dan F-test (Astuti, 2019).

g. Uji t

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat (Sahir et al., 2018). Berikut adalah kriteria uji t berdasarkan nilai estimasi t dan nilai signifikansi:

1. Bila nilai signifikansi lebih dari 0,05 dan nilai t tabel melebihi t hitung, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel independen hanya mempengaruhi sebagian variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi dan nilai t tabel sama-sama 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

h. Uji F

Uji F berguna untuk memeriksa secara bersamaan dampak dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Jika tingkat signifikansi melebihi 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen dalam waktu yang bersamaan.
2. Jika nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel independen secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

i. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen (Label halal, Harga, Kualitas Produk) mampu menjelaskan variabel dependen (Keputusan Pembelian) (Fahmi, 2023). Untuk mencari besarnya koefisien determinasi (R^2) persialnyadari masing-masing variabel bebas dan besarnya koefisien determinasi secara keseluruhan. Nilai berada diantara nol sampai dengan satu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengumpulan data kuesioner penelitian ini sejumlah 100 responden pengguna scarlett whitening pada remaja generasi Z. Profil responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, berupa identitas diri termasuk usia, jenis kelamin, dan tingkat pengeluaran per bulan. Hasil persentase responden berdasarkan usia, dengan responden berusia di bawah 20 tahun berjumlah 22 orang (22%), responden berusia 20 hingga 25 tahun berjumlah 67 orang (67%), dan responden berusia di atas 25 tahun 11 orang (11%). Sedangkan persentase pendidikan responden, dengan responden perempuan sebanyak 80 orang (80%), diikuti responden laki-laki sebanyak 20 orang (20%). Menurut persentase responden berdasarkan pengeluaran per bulan, 58 orang (58% responden) menghabiskan kurang dari 250 ribu per bulan untuk perawatan kulit, diikuti oleh 38 orang (38% responden) yang menghabiskan antara 250 ribu dan 500 ribu, dan 4 orang (4% responden) yang menghabiskan lebih dari 500 ribu per bulan

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item dalam kuesioner atau skala yang ingin diukur (Rafita, 2017). Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, maka akan dilakukan terlebih dahulu uji statistik dengan menggunakan SPSS 24 adapun hasil outputnya dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Nilai R	R Tabel	Status
X1			
P1	0,706	0,1654	Valid
P2	0,609	0,1654	Valid
P3	0,549	0,1654	Valid
P4	0,764	0,1654	Valid
X2			
P1	0,750	0,1654	Valid
P2	0,744	0,1654	Valid
P3	0,827	0,1654	Valid

X3			
P1	0,773	0,1654	Valid
P2	0,756	0,1654	Valid
P3	0,716	0,1654	Valid
Y			
P1	0.706	0,1654	Valid
P1	0.780	0,1654	Valid
P3	0,740	0,1654	Valid
P4	0,607	0,1654	Valid
P5	0,710	0,1654	Valid

Sumber: Data Diolah 2023

Menurut data pada tabel 1, keseluruhan item pada kuesioner yang mencakup variabel label halal, harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian adalah valid. Karena setiap pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai r hitung $> r$ tabel dengan tingkat signifikansi $< 0,1$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semuanya valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat konsistensi pengukuran suatu variabel. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan koefisien alpha (α) dengan 0,6 dengan ketentuan jika koefisien alpha (Cronbach's $> 0,6$) maka data tersebut dinyatakan reliabel, jika koefisien alpha (Cronbach's $< 0,6$) maka data tersebut dinyatakan tidak reliabel (Nur'aeni, 2021)

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Keterangan
Label Halal (X1)	0,619	Reliabel
Harga (X2)	0,677	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,639	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,761	Reliabel

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan 2 hasil reliabilitas dengan variabel Label Halal (X1) memiliki nilai

cronbach's alpha sebesar 0,619, variabel Harga (X2) memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,677, variabel Kualitas Produk (X3) memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,639. Selanjutnya variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,761. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kuesioner penelitian ini dapat dikatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* dari variabel Label Halal, Harga dan Kualitas Produk melebihi nilai 0,60.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.63150379
Most Extreme	Absolute Differences	.056
	Positive	.055
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Diolah SPSS 24

Berdasarkan temuan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov pada Tabel 3 dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut berdistribusi normal karena nilai signifikan residualnya adalah 0,200 yaitu lebih dari 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dalam mengidentifikasi ada tidaknya gejala dalam model regresi, penelitian ini dapat mengidentifikasi gejala menggunakan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Model regresi dapat dikatakan tidak

memiliki multikolinieritas jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1

Tabel 4 Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	B	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.764	2.025		1.361	.175			
Label Halal	.350	.111	.237	3.154	.002	.864	1.157	
Harga	.539	.098	.416	5.524	.000	.858	1.165	
Kualitas Produk	.456	.107	.327	4.276	.000	.832	1.202	

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber: Data Diolah SPSS 24

Berdasarkan hasil pengolahan disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang digunakan terbebas dari penyakit multikolinieritas. Hal ini terlihat dari hasil VIF < 10 dari semua variabel.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika varian residual dari suatu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika varian berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Tabel 5 Uji Glejser Coefficients^a

Model	B	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	3.186	1.225		2.601	.011

Label Halal	-.041	.067	-.066	-.616	.540
Harga	-.096	.059	-.176	-1.628	.107
Kualitas Produk	.001	.065	.001	.009	.993

a. Dependent Variable: Abs_Res
Sumber: Data Diolah SPSS 24

Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji glejser, dimana hasil yang diperoleh menunjukkan semua variabel telah memiliki nilai sig > 0,05.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda berfungsi untuk mengetahui pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya seperti label halal (X₁), harga (X₂), kualitas produk (X₃), dan keputusan pembelian ulang (Y). Hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 Linear Regresi Berganda Coefficients^a

Model	B	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	2.764	2.025		1.361	.175
Label Halal (X ₁)	.350	.111	.237	3.154	.002
Harga (X ₂)	.539	.098	.416	5.524	.000
Kualitas Produk (X ₃)	.456	.107	.327	4.276	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (y)
Sumber: Data Diolah SPSS 24

Model persamaan diatas adalah

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 2,764 + 0,350 + 0,539 + 0,456 + e$$

Keterangan :

X₁ = Label Halal

X₂ = Harga

X₃ = Kualitas Produk

Penjelasannya adalah:

- a. Nilai konstanta sebesar = 2,764 yang berarti bahwa jika variabel independen bernilai 0, maka nilai variabel dependen 2,764. Memiliki arti bahwa ketika terjadi pembelian produk scarlett whitening tidak terpengaruh ada tidaknya label halal, harga dan kualitas produk pada produk tersebut, maka keputusan pembelian konsumen sebesar 2,764.
- b. Nilai koefisien regresi X1 adalah sebesar 0,350 menunjukkan bahwa jika label halal mengalami peningkatan 1 satuan maka akan menaikkan keputusan membeli senilai 35 %.
- c. nilai koefisien regresi X2 adalah sebesar 0,539 menunjukkan bahwa jika harga mengalami kenaikan 1 % maka akan menaikkan keputusan membeli sebesar 53,9%
- d. nilai koefisien regresi X3 adalah sebesar 0.456 menunjukkan bahwa jika kualitas produk mengalami kenaikan 1 % maka akan menaikkan keputusan membeli sebesar 45,6%

Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai t tabel < t hitung, maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasilnya ditampilkan di tabel 7.

Tabel 7 Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Error Std.	Beta		
1.(Constant)	2.764	2.025		1.365	.175
Label Halal (X1)	.350	.111	.237	3.154	.002

Harga (X2)	.539	.098	.416	5.524	.000
Kualitas Produk (X3)	.456	.107	.327	4.276	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (y)

Sumber: Data Diolah SPSS 24

Dari tabel di atas terlihat nilai uji untuk masing-masing variabel bebas, untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan dk = n-2 (100-2=98), diperoleh nilai t tabel 1,984, pengujian t dari masing-masing variabel akan dijelaskan dibawah ini.

1. Label Halal

Hipotesa

H_{a1} : Terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian.

Dari tabel di atas terlihat nilai t hitung untuk variabel label halal (X1) adalah 3,154 dan nilai signifikansinya adalah $0,002 < 0,005$, dalam hal ini t hitung > t tabel ($3,154 > 1,984$) yang berarti bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Keputusan ini berarti bahwa label halal memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian scarlett whitening.

2. Harga

Hipotesa

H_{a2} : Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Dari tabel di atas terlihat nilai t hitung untuk variabel Harga (X2) adalah 5,524 dan nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$ dalam hal ini t hitung > t tabel ($5,524 > 1,984$) yang berarti bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Keputusan ini berarti bahwa harga memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian scarlett whitening.

3. Kualitas Produk

Hipotesa

H_{a3} : Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Dari tabel di atas terlihat nilai t hitung untuk variabel Kualitas Produk (X3) adalah 4,276 dan nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$ dalam hal ini t hitung > t tabel ($4,276 > 1,984$) yang

berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Keputusan ini berarti bahwa kualitas produk memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian scarlett whitening

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama sama berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Hasil uji secara simultan dapat dilihat dari tabel 4.16 dibawah ini :

Tabel 8 Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	299.123	3	99.708	36.323	.000 ^b
Residual	263.519	9	2.745		
Total	562.643	12			

a. *Dependent Variable:* Keputusan Pembelian

b. *Predictors:* (Constant), Label Halal, Harga, Kualitas Produk

Sumber: Data Diolah SPSS 24

F hitung : 36,323

F tabel : 2,70

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai F hitung > F tabel atau $36,323 > 2,70$ dengan signifikan sebesar $0,00 < 0,05$. Ini berarti H_a diterima (H_0 ditolak). Berarti ada pengaruh yang signifikan antara Label Halal, Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama (simultan) terhadap Keputusan Pembelian.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi. Hasil uji determinasi (R^2) adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 ^a	.532	.517

a. Predictors: (Constant), Label Halal (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3)
Sumber: Data Diolah SPSS 24

Tabel di atas menunjukkan nilai *Adjusted R Square* untuk semua variabel bebas, dimana *Adjusted R Square* yang bernilai 0,517 atau 51,7% menunjukkan besaran hubungan antara variabel bebas ke variabel terikat, dimana sisanya 48,3% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

Pembahasan Penelitian ini menguji pengaruh Label Halal, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan dapat diambil hipotesis antara lain:

1. Hipotesis 1, Label Halal mempengaruhi Keputusan Pembelian

Berdasarkan Pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Label Halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Hal ini dilihat dari hasil signifikan t pengaruh Label Halal (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai Sig. sebesar $0.002 < 0.05$ dan nilai t hitung > t tabel sebesar $3,154 > 1.984$ Dari hasil tersebut dapat disimpulkan Label Halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2. Hipotesis 2, Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian

Berdasarkan Pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Hal ini dilihat dari hasil signifikan t pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai Sig. sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung > t tabel sebesar $5,524 > 1.984$ Dari hasil tersebut dapat

disimpulkan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

3. Hipotesis 3, Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian

Berdasarkan Pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Hal ini dilihat dari hasil signifikan t pengaruh Kualitas produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel sebesar $4,276 > 1,984$ Dari hasil tersebut dapat disimpulkan Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

4. Hipotesis 4, Label Halal, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Label Halal, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan, dapat diketahui bahwa nilai F hitung $> F$ tabel atau $36,323 > 3,90$ dengan signifikan sebesar $0,00 < 0,05$. Ini berarti H_0 ditolak. Berarti ada pengaruh yang signifikan antara Label Halal, Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diselesaikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial dan simultan Label Halal, Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian Pengaruh Label Halal, Harga dan Kualitas Produk yang diberikan akan mempengaruhi meningkatnya Keputusan Pembelian. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya melakukan penelitian dengan melibatkan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sehingga dapat

memperkaya khasanah ilmu dan pengetahuan terutama dalam kajian tentang label halal yang menyoroti tentang pengetahuan terhadap produk *skincare*.

5. REFERENSI

Arief. (2022). Asosiasi Sebut 85% Kosmetik yang Beredar di RI Kategori Barang Ilegal. Katadata.id, Diakses pada 23 November 2022 dari <https://katadata.co.id/maesaroh/berita/61ee824b03717/asosiasi-sebut-85-kosmetik-yang-beredar-di-ri-kategori-barang-ilegal>

Astuti, D. (2019). "Pengaruh Labelisasi Halal, Kesadaran Halal, Harga Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Purbasari (Studi Kasus Konsumen Wilayah Binjai)."

Fahmi, N. A. (2023). *INOVASI PRODUK TERHADAP KOMITMEN BERUSAHA (STUDI KASUS UMKM IWAPI KOTA MEDAN). 1*, 40–55.

Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Badan Penerbit UNiversitas Diponegoro.

Nur'aeni. (2021). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah the Effect of Halal Label , Brand Image and Price on the Decision To Purchase Wardah Cosmetics. *Dimensi*, 10(April), 240–254.

Puspitasari, D. A. N. (2020). *PENGARUH KESADARAN HALAL, LABEL HALAL, DAN BAHAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG BODY LOTION SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWA MUSLIM*

FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS JEMBER
The. 5(9), 112–129.

Rafita, H. Z. (2017). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung). *PhD Proposal*, 1(October), 1–157.

Rizky, M., & Slamet, G. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Di Kartasura. *Smooting*, 20(2), 137–144.

Sahir, S. H., Ramadhan, A., & Tarigan, E. D. S. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(031), 130.

Saraccil. (2021). Awas Kosmetik Ilegal! Kenali Bahan Berbahaya yang Ada di Kosmetik Palsu. *Female Daily*, Diakses 2 November 2022 dari <https://editorial.femaledaily.com/blog/2021/09/02/awas-kosmetik-ilegal-kenali-ingredients-berbahaya-ini>

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.