

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambar Umum Objek Penelitian

1. Kosmetik Wardah

PT Paragon Technology and Innovation (PTI) merupakan perusahaan yang memproduksi salah satu produk kosmetik halal yang ada di Indonesia yaitu Wardah. Kosmetik Wardah merupakan kosmetik halal pertama yang ada di Indonesia karena memiliki sertifikat halal dari lembaga LPPOM MUI. Wardah menjadi pelopor kosmetik halal yang memiliki pasar besar dan tumbuh sangat cepat.⁷⁹ Wardah sudah membuka outlet di penjuru Indonesia bahkan ada pula outlet yang didirikan di Malaysia. Pada tahun 2013, Wardah sudah membuka 22.000 outlet di Indonesia dan di Malaysia.⁸⁰ Omzet yang diperoleh dari PT Paragon untuk produk Wardah telah mencapai 75% setiap tahunnya yang menjadikan kosmetik Wardah sebagai pemimpin pasar kosmetik halal di Indonesia.

Wardah telah memiliki lebih dari 200 macam item yang kesemuanya telah mendapat sertifikat halal.⁸¹ Macam-macam item kosmetik Wardah antara lain bedak, lipstik, *foundation*, *eyeliner*, pensil alis, *BB cream*, *lip gloss*, maskara, *blush on*, dan lain-lain. Produk-produk tersebut memiliki

⁷⁹ Yuswohady, *Marketing to the Middle.....*, hlm. 72.

⁸⁰ Sri Agustina, "Pengaruh *Brand Image*....."

⁸¹ LPPOM MUI, *Menyoal Iklan Produk Halal*, dalam http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/detil_page/48/2271, diakses tanggal 15 Desember 2018.

daya tarik sendiri sehingga pilihan konsumen menjadi berbeda-beda. Berdasarkan *Top Brand Award* pada tahun 2018, beberapa jenis produk Wardah menjadi top brand dan menduduki tingkat pertama dibandingkan merek kosmetik lain. Oleh karena itu kosmetik Wardah masuk dalam daftar beberapa merek kosmetik asli Indonesia yang menjadi pilihan favorit konsumen.

Produk kosmetik Wardah memiliki tiga prinsip utama yaitu *pure and safe, beauty expert, dan inspiring beauty*. Wardah merupakan salah satu *brand* kecantikan yang memperhatikan dan mengerti keinginan setiap perempuan agar selalu memiliki perasaan nyaman dengan penampilannya. Mereka mencintai keindahan dan menghargai setiap perempuan dengan berbagi pengalaman yang baik melalui produk yang halal dan aman. Wardah memberikan pemahaman baru bahwa cara hidup halal dan produk kecantikan mampu berpadu secara elegan. Wardah memberikan inspirasi setiap perempuan agar mencintai diri mereka. Wardah mempercayai bahwa kecantikan adalah cahaya hati yang terpancar dari dalam, *Inspiring Beauty*.⁸²

⁸² Wardah, *Brand*, dalam <https://www.paragon-innovation.com/brands>, diakses tanggal 15 Desember 2018.

Gambar 4.1

Logo Wardah



Sumber: <https://www.wardahbeauty.com/>

2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atau biasa disebut dengan FEBI adalah salah satu fakultas yang ada di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam didirikan pada tahun 2013 bersamaan dengan alih statusnya Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Sampai tahun 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mempunyai enam jurusan, yaitu:

- a. Perbankan Syariah
- b. Ekonomi Syariah
- c. Akuntansi Syariah
- d. Manajemen Bisnis Syariah
- e. Manajemen Keuangan Syariah
- f. Manajemen Zakat Wakaf

Adapun visi, misi, tujuan, dan struktur organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung adalah sebagai berikut:

a. Visi

Visi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung adalah terwujudnya fakultas yang mampu bersaing di tingkat nasional dengan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis riset dan pemberdayaan masyarakat pada tahun 2022.

b. Misi

Misi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung adalah:

- 1) Menyelenggarakan tata kelola kelembagaan secara professional dan bermutu.
- 2) Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam secara teoritik dan praktik yang kompetitif.
- 3) Melaksanakan penelitian pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang mampu menjawab *problem* ekonomi masyarakat.
- 4) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat yang bertumpu pada pemberdayaan ekonomi masyarakat.
- 5) Menjalin kerjasama dengan pihak luar dalam skala regional, nasional, maupun internasional yang mengarah pada penguatan sumber daya.

- 6) Menggali dan mengembangkan potensi-potensi ekonomi kreatif masyarakat.

c. Tujuan

- 1) Terselenggaranya tata kelola lembaga yang terkoordinasi, terstruktur, dan hirarkis dari masing-masing bidang dapat bekerja dengan tugas pokok dan fungsi serta tanggungjawab.
- 2) Terwujudnya sarjana ekonomi dan bisnis Islam yang kompetitif, jujur, adil, berjiwa *entrepreneur* yang kehidupan mampu menganalisis perkembangan ekonomi dan bisnis secara teoritik dan aplikatif sesuai kebutuhan masyarakat.
- 3) Terselenggaranya penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang dapat meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat.
- 4) Terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan, pendampingan, dan pemberdayaan ekonomi yang dilakukan masyarakat.
- 5) Terselenggaranya kerjasama dan kemitraan dengan pihak luar, pemerintah dan swasta, perguruan tinggi, sektor industri, kalangan profesional, baik di tingkat kabupaten, provinsi, nasional maupun internasional melalui program magang, praktik pengalaman lapangan, penelitian bersama, kuliah non formal/kuliah tamu, dan rekrutmen kerja lulusan dan pengadaan sarana prasarana dengan manfaat yang bisa dirasakan masing-masing pihak.

- 6) Tergalinya potensi ekonomi yang ada di masyarakat dengan membuka peluang-peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan sentuhan kreativitas yang mampu membuka pangsa pasar baru.

B. Profil Responden

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung yang menggunakan produk kosmetik Wardah lebih dari satu kali. Adapun jumlah sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 120 mahasiswi dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Setiap responden diberikan kuesioner untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang ada dalam kuesioner dan diukur dengan menggunakan skala likert. Pada bagian ini dapat digunakan untuk menggambarkan keadaan responden dan juga sebagai tambahan informasi tentang karakteristik responden berdasarkan jurusan, semester, usia, uang saku perbulan, pembelian produk, dan produk yang digunakan oleh responden.

1. Jurusan Responden

Tabel 4.1

Data Jurusan Responden

Jurusan	Jumlah	Prosentase (%)
Perbankan Syariah	22	18,3
Ekonomi Syariah	29	24,2
Akuntansi Syariah	21	17,5
Manajemen Keuangan Syariah	17	14,2
Manajemen Bisnis Syariah	19	15,8
Manajemen Zakat Wakaf	12	10,0
Jumlah	120	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa mahasiswi yang dijadikan sebagai responden dari jurusan Perbankan Syariah sebanyak 22 mahasiswi atau 18,3%, jurusan Ekonomi Syariah sebanyak 29 mahasiswi atau 24,2%, jurusan Akuntansi Syariah sebanyak 21 mahasiswi atau 17,5%, jurusan Manajemen Keuangan Syariah sebanyak 17 mahasiswi atau 14,2%, jurusan Manajemen Bisnis Syariah sebanyak 19 mahasiswi atau 15,8%, jurusan Manajemen Zakat Wakaf sebanyak 12 mahasiswi atau 10,0%. Dari data di atas, dapat diketahui bahwa yang paling banyak menggunakan produk kosmetik Wardah adalah mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah, yaitu 24,2%.

2. Semester Responden

Tabel 4.2

Data Semester Responden

Semester	Jumlah	Prosentase (%)
I	24	20,0
III	45	37,5
V	31	25,8
VII	20	16,7
Jumlah	120	100,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa mahasiswi yang dijadikan sebagai responden dari semester satu sebanyak 24 mahasiswi atau 20,0%, semester tiga sebanyak 45 mahasiswi atau 37,5%, semester lima sebanyak 31 mahasiswi atau 25,8%, tujuh sebanyak 20 mahasiswi atau 16,7%. Dari data di atas, dapat diketahui bahwa yang paling banyak

menggunakan produk kosmetik Wardah adalah mahasiswi semester tiga, yaitu 37,5%.

3. Usia Responden

Tabel 4.3

Data Usia Responden

Usia	Jumlah	Prosentase (%)
< 17 Tahun	1	0,8
17-20 Tahun	97	80,8
21-23 Tahun	22	18,3
> 23 Tahun	0	0
Jumlah	120	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa mahasiswi yang dijadikan sebagai responden dengan usia < 17 tahun sebanyak 1 mahasiswi atau 0,8%. Mahasiswi dengan usia 17-20 tahun sebanyak 97 mahasiswi atau 80,3%. Mahasiswi dengan usia 21-23 tahun sebanyak 22 mahasiswi atau 18,3%. Mahasiswi dengan usia > 23 tahun sebanyak 0 atau 0%. Dari data di atas, dapat diketahui bahwa yang paling banyak menggunakan produk kosmetik Wardah adalah mahasiswi dengan usia 17-20 tahun, yaitu 80,8% responden.

4. Uang Saku Perbulan Responden

Tabel 4.4

Data Uang Saku Perbulan Responden

Uang Saku	Jumlah	Prosentase (%)
< Rp 500.000,-	58	48,3
Rp 500.000,- s/d Rp 750.000,-	52	43,3
Rp 750.000,- s/d Rp 1.000.000,-	7	5,8
> Rp 1.000.000,-	3	2,5
Jumlah	120	100,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa mahasiswi dengan uang saku perbulan < Rp 500.000,- yang dijadikan sebagai responden sebanyak 58 mahasiswi atau 48,3%. Mahasiswi dengan uang saku perbulan Rp 500.000,- s/d Rp 750.000,- sebanyak 52 mahasiswi atau 43,3%. Mahasiswi dengan uang saku perbulan Rp 750.000,- s/d Rp 1.000.000,- sebanyak 7 mahasiswi atau 5,8%. Mahasiswi dengan uang saku perbulan > Rp 1.000.000,- sebanyak 3 mahasiswi atau 2,5%. Dari data di atas, dapat diketahui bahwa yang paling banyak menggunakan produk kosmetik Wardah adalah mahasiswi dengan uang saku < Rp 500.000,- yaitu 48,3%.

C. Deskripsi Variabel

Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas antara lain label halal (X1), harga (X2), citra merek (X3) dan variabel terikat keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil penelitian dari empat variabel yang ada, dapat diketahui gambaran tanggapan dari 120 konsumen produk kosmetik Wardah yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

1. Variabel Label Halal

Tabel 4.5

Deskripsi Variabel Label Halal (X1)

Item	Skor Jawaban										Total Skor	Rata-Rata Skor
	5 (SS)		4 (S)		3 (KS)		2 (TS)		1 (STS)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1.1	57	47,5%	58	48,3%	5	4,2%	0	0%	0	0%	532	4,43
X1.2	33	27,5%	81	67,5%	6	5,0%	0	0%	0	0%	507	4,23

X1.3	13	10,8%	95	79,2%	12	10,0%	0	0%	0	0%	481	4,01
X1.4	19	15,8%	86	71,7%	15	12,5%	0	0%	0	0%	484	4,03
X1.5	7	5,8%	94	78,3%	18	15,0%	1	0,8%	0	0%	467	3,89
X1.6	7	5,8%	103	85,8%	10	8,3%	0	0%	0	0%	477	3,98
X1.7	0	0%	63	52,5%	54	45,0%	3	2,5%	0	0%	420	3,50
X1.8	22	18,3%	84	70,0%	14	11,7%	0	0,0%	0	0%	488	4,07
Jumlah Nilai Skor											3856	32,14
Rata-Rata Total Skor											482	4,01

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa untuk item X1.1 yaitu anda memperhatikan gambar label halal sebelum membeli produk kosmetik, 58 responden atau 48,3% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka memperhatikan gambar label halal sebelum membeli produk.

Pada item X1.2 yaitu anda percaya bahwa produk yang memiliki gambar halal aman digunakan, 81 responden atau 67,5% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka percaya produk yang memiliki gambar halal aman digunakan.

Pada item X1.3 yaitu anda melihat tulisan halal pada kosmetik Wardah terbaca dengan jelas, 95 responden atau 79,2% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka melihat tulisan halal pada kosmetik wardah terbaca dengan jelas.

Pada item X1.4 yaitu anda meyakini bahwa produk yang memiliki tulisan halal sudah pasti aman digunakan, 86 responden atau 71,7% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju

bahwa mereka meyakini produk yang memiliki tulisan halal sudah pasti aman digunakan.

Pada item X1.5 yaitu anda memperhatikan kombinasi gambar dan tulisan halal pada produk, 94 responden atau 78,3% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka memperhatikan kombinasi gambar dan tulisan halal pada produk.

Pada item X1.6 yaitu anda mengetahui gambar dan tulisan halal adalah label halal resmi dari MUI, 103 responden atau 85,8% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka mengetahui gambar dan tulisan halal adalah label halal resmi dari MUI.

Pada item X1.7 yaitu anda mengetahui segala hal yang menempel pada kemasan produk, 63 responden atau 52,5% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka mengetahui segala hal yang menempel pada kemasan produk.

Pada item X1.8 yaitu anda mengetahui dengan jelas label halal pada kemasan produk Wardah, 84 responden atau 70,0% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka mengetahui dengan jelas letak label halal pada kemasan produk wardah.

Dapat disimpulkan bahwa total skor tertinggi untuk variabel label halal adalah pada item (X1.1) yaitu anda memperhatikan gambar label halal sebelum membeli produk kosmetik, dengan total skor 532 atau rata-

rata skor 4,43. Sedangkan total skor terendah pada item (X1.7) yaitu anda mengetahui segala hal yang menempel pada kemasan produk, dengan total skor 420 atau dengan rata-rata skor 3,50.

2. Variabel Harga

Tabel 4.6

Deskripsi Variabel Harga (X2)

Item	Skor Jawaban										Total Skor	Rata-Rata Skor
	5 (SS)		4 (S)		3 (KS)		2 (TS)		1 (STS)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X2.1	18	15,0%	59	49,2%	42	35,0%	1	0,8%	0	0%	454	3,78
X2.2	12	10,0%	64	53,3%	43	35,8%	1	0,8%	0	0%	447	3,73
X2.3	33	27,5%	81	67,5%	6	5,0%	0	0%	0	0%	507	4,23
X2.4	30	25,0%	80	66,7%	10	8,3%	0	0%	0	0%	500	4,17
X2.5	42	35,0%	70	58,3%	8	6,7%	0	0%	0	0%	514	4,28
X2.6	12	10,0%	50	41,7%	55	45,8%	3	2,5%	0	0%	431	3,59
X2.7	21	17,5%	78	65,0%	21	17,5%	0	0%	0	0%	480	4,00
X2.8	18	15,0%	76	63,3%	25	20,8%	1	0,8%	0	0%	471	5,93
Jumlah Nilai Skor											3804	33,71
Rata-Rata Total Skor											475,5	4,21

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa untuk item X2.1 yaitu harga kosmetik Wardah terjangkau oleh kalangan mahasiswi, 59 responden atau 49,2% Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa harga kosmetik wardah terjangkau oleh kalangan mahasiswi.

Pada item X2.2 yaitu harga kosmetik Wardah sesuai dengan harapan anda, 64 responden atau 53,3% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa harga kosmetik wardah sesuai dengan harapan anda.

Pada item X2.3 yaitu produk kosmetik Wardah memiliki harga yang beragam, 81 responden atau 67,5% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa kosmetik wardah memiliki harga yang beragam.

Pada item X2.4 yaitu harga yang ditawarkan kosmetik wardah sesuai dengan kualitas produk, 80 responden atau 66,7% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa harga yang ditawarkan kosmetik wardah sesuai dengan kualitas produk.

Pada item X2.5 yaitu harga kosmetik Wardah bisa bersaing dengan produk kosmetik lain, 70 responden atau 58,3% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa harga kosmetik wardah bisa bersaing dengan produk kosmetik lain.

Pada item X2.6 yaitu harga kosmetik Wardah lebih terjangkau daripada harga kosmetik lain, 55 responden atau 45,8% responden menyatakan kurang setuju. Dapat diartikan rata-rata responden kurang setuju bahwa harga kosmetik wardah lebih terjangkau daripada produk kosmetik lain.

Pada item X2.7 yaitu harga kosmetik Wardah sesuai dengan manfaat yang diberikan, 78 responden atau 65,0% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa responden harga kosmetik wardah sesuai dengan manfaat yang diberikan.

Pada item X2.8 yaitu produk Wardah sesuai dengan manfaat yang anda inginkan, 76 responden atau 63,3% responden menyatakan setuju.

Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa harga produk wardah sesuai dengan manfaat yang anda inginkan.

Dapat disimpulkan bahwa total skor tertinggi untuk variabel harga adalah pada item (X2.8) yaitu produk Wardah sesuai dengan manfaat yang anda inginkan, dengan total skor 471 atau rata-rata skor 5,93. Sedangkan total skor terendah pada item (X2.6) yaitu harga kosmetik Wardah lebih terjangkau daripada harga kosmetik lain, dengan total skor 431 atau rata-rata skor 3,59.

3. Variabel Citra Merek

Tabel 4.7

Deskripsi Variabel Citra Merek (X3)

Item	Skor Jawaban										Total Skor	Rata-Rata Skor
	5 (SS)		4 (S)		3 (KS)		2 (TS)		1 (STS)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X3.1	40	33,3%	79	65,8%	1	0,8%	0	0%	0	0%	519	4,33
X3.2	63	52,5%	54	45,0%	3	2,5%	0	0%	0	0%	540	4,50
X3.3	68	56,7%	49	40,8%	3	2,5%	0	0%	0	0%	545	4,54
X3.4	20	16,7%	78	65,0%	22	18,3%	0	0%	0	0%	478	3,98
X3.5	26	21,7%	81	67,5%	13	10,8%	0	0%	0	0%	493	4,11
X3.6	27	22,5%	79	65,8%	14	11,7%	0	0%	0	0%	493	4,11
Jumlah Nilai Skor											3068	25,57
Rata-Rata Total Skor											511,3	4,26

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk item X3.1 yaitu kosmetik Wardah dibuat oleh perusahaan yang mempunyai reputasi baik, 79 responden atau 65,8% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa kosmetik wardah dibuat oleh perusahaan yang mempunyai reputasi baik.

Pada item X3.2 yaitu kosmetik Wardah bisa didapatkan dengan cara yang mudah karena jaringan distribusi yang luas, 63 responden atau 52,5% responden menyatakan sangat setuju. Dapat diartikan rata-rata responden sangat setuju bahwa kosmetik wardah bisa didapatkan dengan cara yang mudah karena jaringan distribusi yang luas.

Pada item X3.3 yaitu kosmetik Wardah memiliki kualitas yang baik, 68 responden atau 56,7% responden menyatakan sangat setuju. Dapat diartikan rata-rata responden sangat setuju bahwa kosmetik wardah mudah dikenali dan diingat.

Pada item X3.4 yaitu kosmetik Wardah memberikan manfaat yang diinginkan konsumen, 78 responden atau 65,0% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa kosmetik wardah memiliki keunggulan yang tidak dimiliki merek lain.

Pada item X3.5 yaitu kosmetik Wardah memberikan kesan yang positif bagi pemakainya, 81 responden atau 67,5% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa kosmetik wardah memberikan kesan yang positif bagi pemakainya.

Pada item X3.6 yaitu kosmetik Wardah bisa digunakan oleh semua kalangan status sosial, 79 responden atau 65,8% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa kosmetik wardah memberikan manfaat yang diinginkan konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa total skor tertinggi untuk variabel citra merek adalah pada item (X3.3) yaitu kosmetik Wardah memiliki kualitas

yang baik, dengan total skor 545 atau rata-rata skor 4,54. Sedangkan total skor terendah pada item (X3.4) yaitu kosmetik Wardah memberikan kesan yang positif bagi pemakainya, dengan total skor 478 atau rata-rata skor 398.

4. Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4.8

Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item	Skor Jawaban										Total Skor	Rata-Rata Skor
	5 (SS)		4 (S)		3 (KS)		2 (TS)		1 (STS)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y1	57	47,5%	63	52,5%	0	0%	0	0%	0	0%	543	4,53
Y2	31	25,8%	81	67,5%	7	5,8%	0	0%	1	0,8%	501	4,18
Y3	24	20,0%	75	62,5%	19	15,8%	2	1,7%	0	0%	481	4,01
Y4	24	20,0%	67	55,8%	25	20,8%	4	3,3%	0	0%	471	3,93
Y5	11	9,2%	72	60,0%	33	27,5%	4	3,3%	0	0%	450	3,75
Y6	27	22,5%	85	70,8%	7	5,8%	1	0,8%	0	0%	498	4,15
Y7	33	27,5%	75	62,5%	11	9,2%	1	0,8%	0	0%	500	4,17
Y8	10	8,3%	60	50,0%	42	35,0%	5	4,2%	3	2,5%	429	3,58
Y9	21	17,5%	88	73,3%	10	8,3%	1	0,8%	0	0%	489	4,08
Y10	33	27,5%	81	67,5%	6	5,0%	0	0%	0	0%	507	4,23
Jumlah Nilai Skor											4869	40,6
Rata-Rata Total Skor											486,9	4,06

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk item Y.1 yaitu anda menyadari kebutuhan untuk menggunakan produk kosmetik yang sudah berlabel halal, 63 responden atau 52,5% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka menyadari kebutuhan untuk menggunakan produk yang sudah berlabel halal.

Pada item Y.2 yaitu anda menggunakan kosmetik Wardah karena memiliki label halal, 81 responden atau 67,5% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka menggunakan kosmetik wardah karena memiliki label halal.

Pada item Y.3 yaitu kebutuhan akan kosmetik membuat anda mencari informasi tentang produk Wardah, 75 responden atau 62,5% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa kebutuhan akan kosmetik membuat mereka mencari informasi tentang produk wardah.

Pada item Y.4 yaitu keluarga dan teman anda adalah salah satu informan anda saat akan membeli produk kosmetik, 67 responden atau 55,8% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa keluarga dan teman anda adalah salah satu informan mereka saat akan membeli produk kosmetik.

Pada item Y.5 yaitu anda berusaha memenuhi kebutuhan akan kosmetik dengan produk Wardah, 72 responden atau 60,0% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka berusaha memenuhi kebutuhan akan kosmetik dengan produk wardah.

Pada item Y.6 yaitu anda mencari manfaat tertentu pada produk kosmetik Wardah, 85 responden atau 70,8% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka mencari manfaat tertentu pada produk kosmetik wardah.

Pada item Y.7 yaitu anda memutuskan untuk membeli kosmetik Wardah karena keinginan anda sendiri, 75 responden atau 62,5% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka memutuskan untuk membeli kosmetik wardah karena keinginan anda sendiri.

Pada item Y.8 yaitu anda memutuskan untuk membeli kosmetik Wardah karena saran dari keluarga atau teman, 60 responden atau 50,0% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka memutuskan untuk membeli kosmetik wardah karena saran dari keluarga dan teman.

Pada item Y.9 yaitu anda merasa puas dengan menggunakan Kosmetik Wardah, 88 responden atau 73,3% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka merasa puas dengan menggunakan kosmetik wardah.

Pada item Y.10 yaitu anda mempunyai keinginan untuk membeli kembali kosmetik Wardah, 81 responden atau 67,5% responden menyatakan setuju. Dapat diartikan rata-rata responden setuju bahwa mereka mempunyai keinginan untuk membeli kembali kosmetik wardah.

Dapat disimpulkan bahwa total skor tertinggi untuk variabel keputusan pembelian adalah pada item (Y.1) yaitu anda menyadari kebutuhan untuk menggunakan produk kosmetik yang sudah berlabel halal, dengan total skor 543 atau rata-rata skor 4,53. Sedangkan total skor terendah pada item (Y.8) yaitu anda memutuskan untuk membeli

kosmetik Wardah karena saran dari keluarga atau teman, dengan total skor 429 atau rata-rata skor 3,58.

D. Analisis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti yang kemudian diolah. Sumber data primer diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan analisis yang digunakan untuk melihat valid atau tidaknya item pertanyaan pada kuesioner dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation*. Sebuah data dikatakan valid jika r hitung lebih besar daripada r tabel. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 60 responden. Dari jumlah responden sebesar 60 dapat diketahui besarnya r tabel adalah 0.151^{83} ($df = n-2 = 120-2 = 118$) dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Berikut adalah hasil uji validitas masing-masing item.

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	No. Item	Corrected Item-Total Correlation	R tabel (N=60), Taraf Signifikansi 5%	Keterangan
Label Halal (X1)	X1.1	,246	,151	Valid
	X1.2	,385	,151	Valid
	X1.3	,369	,151	Valid
	X1.4	,273	,151	Valid
	X1.5	,230	,151	Valid
	X1.6	,202	,151	Valid

⁸³ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistika 2*, (Jakarta: Alim's Publisher, 2016), hal. 311.

	X1.7	,448	,151	Valid
	X1.8	,427	,151	Valid
Harga (X2)	X2.1	,523	,151	Valid
	X2.2	,611	,151	Valid
	X2.3	,432	,151	Valid
	X2.4	,568	,151	Valid
	X2.5	,390	,151	Valid
	X2.6	,532	,151	Valid
	X2.7	,657	,151	Valid
	X2.8	,537	,151	Valid
Citra Merek (X3)	X3.1	,412	,151	Valid
	X3.2	,489	,151	Valid
	X3.3	,494	,151	Valid
	X3.4	,484	,151	Valid
	X3.5	,444	,151	Valid
	X3.6	,542	,151	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	,332	,151	Valid
	Y2	,226	,151	Valid
	Y3	,447	,151	Valid
	Y4	,341	,151	Valid
	Y5	,546	,151	Valid
	Y6	,478	,151	Valid
	Y7	,372	,151	Valid
	Y8	,240	,151	Valid
	Y9	,480	,151	Valid
	Y10	,536	,151	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dari label halal (X1), harga (X2), citra merek (X3), keputusan pembelian (Y) adalah valid, hal ini diketahui dari jumlah r hitung lebih besar daripada r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan apakah instrumen yang digunakan cukup dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data atau tidak. Dalam penelitian ini untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji *Cronbach's Alpha* (α), variabel dikatakan reliabel jika memiliki $\alpha > 0,60$,

jika nilai α semakin mendekati angka 1 maka akan semakin reliabel.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas masing-masing variabel.

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Label Halal (X1)	,627	8	Reliabel
Harga (X2)	,813	8	Reliabel
Citra Merek (X3)	,741	6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	,728	8	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.11, dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Maka seluruh instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel. Label halal memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,627, harga sebesar 0,813, citra merek sebesar 0,741, keputusan pembelian sebesar 0,728.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi yang normal atau tidak. Jika data-data yang ada berdistribusi normal maka model regresi tersebut baik. Untuk menguji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan acuan signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka data yang diteliti berdistribusi normal.

Tabel 4.11**Hasil Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,80616070
Most Extreme Differences	Absolute	,048
	Positive	,048
	Negative	-,039
Test Statistic		,048
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: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0.200 yang artinya nilai Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data yang ada berdistribusi normal.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi yang terbentuk apakah ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dilihat dari VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai Tolerance.

Apabila nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance lebih dari 0,1 maka bebas dari multikolinearitas.

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	,925	1,081
	X2	,846	1,182
	X3	,884	1,131

a. Dependent Variable: Y

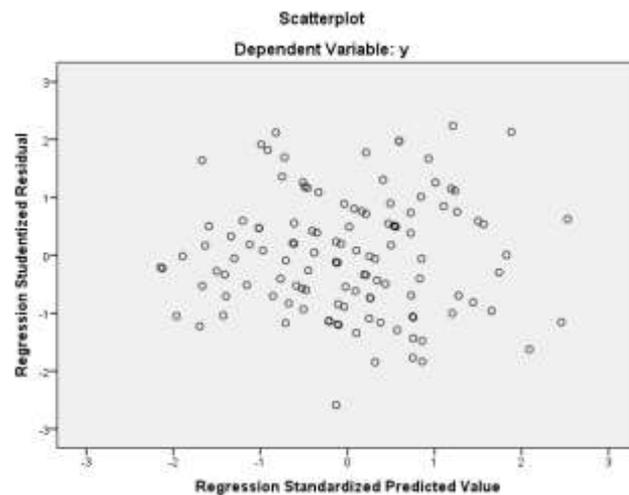
Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.12, dapat diketahui bahwa nilai tolerance dari label halal (X1) adalah 0,925 dan nilai VIF sebesar 1,081, variabel harga (X2) memperoleh nilai tolerance 0,846 dan nilai VIF sebesar 1,182, citra merek (X3) memperoleh nilai tolerance 0,884 dan nilai VIF sebesar 1,131. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terbebas dari multikolinearitas karena nilai tolerance masing-masing variabel lebih dari 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 4.2, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, tidak membentuk suatu pola yang jelas. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	
1	(Constant)	23,366	4,687	,000
	X1	,254	,126	,047
	X2	,282	,087	,002
	X3	,642	,126	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel 4.13, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\bar{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

$$\bar{Y} = 23,366 + (0,254)x_1 + (0,282)x_2 + (0,642)x_3 + e$$

Keterangan:

a. Konstanta = 23,336

Nilai konstanta sebesar 23,336 menyatakan jika variabel label halal, harga, dan citra merek dalam keadaan tetap atau konstan maka nilai keputusan pembelian sebesar 23,336.

b. Koefisien regresi label halal (X1) = 0,254

Setiap penambahan 1 satuan pada label halal (X1), maka akan menaikkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,254. Sebaliknya jika terjadi penurunan 1 satuan pada label halal (X1), maka akan

menurunkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,254 dengan asumsi nilai variabel lain tetap.

c. Koefisien regresi harga (X_2) = 0,282

Setiap penambahan 1 satuan pada harga (X_2), maka akan menaikkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,282. Sebaliknya jika terjadi penurunan 1 satuan pada harga (X_2), maka akan menurunkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,282 dengan asumsi nilai variabel lain tetap.

d. Koefisien regresi citra merek (X_3) = 0,642

Setiap penambahan 1 satuan pada citra merek (X_3), maka akan menaikkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,642. Sebaliknya jika terjadi penurunan 1 satuan pada citra merek (X_3), maka akan menurunkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,642 dengan asumsi nilai variabel lain tetap.

6. Uji Hipotesis

a. Uji T Test

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel independen (label halal, harga, dan citra merek) apakah berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Pada t tabel dengan tingkat signifikansi (α) = 5%, $df = n - k = 120 - 4 = 116$, maka t tabel adalah 1,52. Adapun dasar keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima.
- 2) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak.

Tabel 4.14
Hasil Uji T Test

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23,366	4,687		4,985	,000
X1	,254	,126	,162	2,011	,047
X2	,282	,087	,273	3,251	,002
X3	,642	,126	,418	5,088	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil uji t test pada tabel 4.14, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1) Pengaruh Label Halal (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai t-hitung > t-tabel yaitu $2,011 > 1,52$ dan Sig. > 0,05 yaitu $0,047 > 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

2) Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai t-hitung > t-tabel yaitu $3,251 > 1,52$ dan nilai Sig. < 0,05 yaitu $0,002 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_2

diterima, yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

3) Pengaruh Citra Merek (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai t -hitung $>$ t -tabel yaitu $5.088 > 1,52$ dan nilai Sig. $<$ $0,05$ yaitu $0,000 <$ $0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

b. Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan uji F dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F tabel dengan syarat-syarat sebagai berikut:

- 1) Jika F -hitung $<$ F -tabel, maka H_0 diterima.
- 2) Jika F -hitung $>$ F -tabel, maka H_0 ditolak.

Tabel 4.15**Hasil Uji F****ANOVA^b**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	414,255	3	138,085	17,094	,000 ^b
Residual	937,070	116	8,078		
Total	1351,325	119			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.15, diketahui $df_1 = 3$, $df_2 = 116$, diperoleh nilai $F_{tabel} = 2,68$. Maka nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $17,094 > 2,68$ atau $Sig. F < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima, yang artinya secara bersama-sama (simultan) ada pengaruh positif dan signifikan antara label halal, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

7. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen (label halal, harga, citra merek) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Pada penelitian yang menggunakan analisis regresi berganda maka yang dilihat adalah nilai Adjusted R Square yang berkisar antara 0 sampai 1.

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,554 ^a	,307	,289	2,842

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.16 diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,289 yang artinya 28,9% variabel dependen (keputusan pembelian) dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari label halal, harga, dan citra merek. Sedangkan sisanya sebesar 71,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.