

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan

PT Paragon *Technology and Innovation* telah berdiri sejak tahun 1985 dengan nama sebelumnya adalah PT Pusaka Tradisi Ibu dengan *brand pioneer* mereka yakni Putri dengan *tagline "Salon's Best Choice"*. Di tahun 1995, perusahaan ini memperkenalkan merek kosmetik mereka dengan nama Wardah *Cosmetics*. Di tahun 1999, PT Pusaka Tradisi Ibu melalui pabriknya telah mendapatkan sertifikasi halal dari LPPOM MUI, dengan *brand* kosmetik Wardah sebagai pionir *brand* halal di Indonesia.

Pada tahun 1998, pabrik ini pindah dari tempat sebelumnya yaitu Cibodas, ke Kawasan Industri Jatake, Tangerang, dengan luas 5.500 meter. Di tahun 2010, perusahaan ini merilis *brand* kosmetik lainnya, Make Over. Seiring berjalannya waktu, di tahun 2011, perusahaan ini berganti nama menjadi PT Paragon *Technology and Innovation* yang sebelumnya bernama PT Pusaka Tradisi Ibu. Tidak berhenti di situ saja, PT Paragon *Technology and Innovation* juga kembali merilis *brand* kosmetik untuk anak muda yaitu Emina *Cosmetics* pada tahun 2015. Seiring dengan terus berkembangnya PT Paragon *Technology and Innovation*, perusahaan ini juga terus berhasil meraih berbagai penghargaan.

2. Lokasi Perusahaan

PT Paragon *Technology and Innovation* melaksanakan proses produksi kosmetiknya di pabrik yang terletak di Kawasan Industri Jatake, Jalan Industry Raya IV Blok AG No.4 Tangerang. Pabrik tersebut memiliki luas keseluruhan 5000 m² dan gudang seluas 1500 m². Sedangkan untuk pemasarn sekaligus kantor pusat berada di Kawasan Jakarta Selatan. Lokasi kantor pusat dan pemasaran PT Paragon *Technology and Innovation* ini menjadi satu dengan gudang produksi. Jadi kantor ini berada di Jl. Swadharma Raya, Kampung Baru III No. 60, Jakarta Selatan.⁷³

3. Profil Ekonomi Syariah

Institut Agama Islam Negeri Tulungagung atau IAIN Tulungagung adalah perguruan tinggi Islam negeri di Indonesia yang berada di Tulungagung, tepatnya berada di Jalan Mayor Sujadi Timur no 46 Plosokandang, Kedungwaru, Tulungagung. IAIN Tulungagung didirikan berdasarkan pada Surat Peraturan Presiden Nomor 50 Tahun 2013. IAIN Tulungagung memiliki 4 (empat) Fakultas, yaitu: Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.⁷⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu fakultas yang ada di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung yang berdiri pada

⁷³ Christ Bastian Waruwu, "Sejarah Berdirinya PT Paragon Technology and Innovation Hingga Sukses", diakses dari <https://www.idntimes.com/life/career/christ-bastian-waruwu/sejarah-pt-paragon-c1c2>, pada tanggal 6 Januari 2021 pukul 12.00 WIB.

⁷⁴ IAIN Tulungagung, diakses dari <http://www.iain-tulungagung.ac.id>, pada tanggal 6 Januari 2021 pukul 12.00 WIB.

tahun 2013 bertepatan dengan alih statusnya Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung menjadi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung (IAIN) Tulungagung. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki 6 program studi yaitu:

- a) Program Studi Perbankan Syariah (PS)
- b) Program Studi Ekonomi Syariah (ES)
- c) Program Studi Akuntansi Syariah (AKS)
- d) Program Studi Manajemen Zakat Wakaf (MAZAWA)
- e) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
- f) Program Studi Manajemen Keuangan Syariah (MKS)

Berikut ini adalah visi dan misi serta tujuan FEBI:⁷⁵

- a) Visi

“Terwujudnya fakultas ekonomi dan bisnis Islam sebagai pusat pengkajian, pengembangan dan penerapan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang mampu bersaing secara nasional pada tahun 2021.”

- b) Misi

- 1) Menyelenggarakan program pendidikan dan pengajaran untuk menghasilkan lulusan yang memiliki keunggulan kompetitif dalam mengembangkan keterampilan di bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- 2) Menyelenggarakan kegiatan penelitian dan pengkajian keilmuan di bidang ekonomi dan bisnis islam secara *multidisipliner* yang

⁷⁵Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, diakses dari <https://febi.iain-tulungagung.ac.id/fakultas/visi-misi-a-tujuan>, pada tanggal 29 Juni 2020 pukul 13.51 WIB.

berkualitas dan bermanfaat bagi kepentingan akademik dan masyarakat.

- 3) Menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara efektif dan berkelanjutan dengan memanfaatkan keilmuan di bidang ekonomi dan bisnis Islam dalam rangka memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
 - 4) Membangun kerjasama dengan berbagai pihak (baik dalam maupun luar negeri) untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pelaksanaan tridharma perguruan tinggi, terutama dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- c) Tujuan
- 1) Terselenggaranya tata kelola lembaga yang terkoordinasi, terstruktur, dan hirarkis dari masing-masing bidang dapat bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsi serta tanggung jawab.
 - 2) Terwujudnya sarjana ekonomi dan bisnis islam yang kompetitif, jujur, adil, berjiwa *entrepreneur* yang dalam 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 tingkat kabupaten, provinsi, nasional, maupun internasional melalui program magang, praktek 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.

Salah satu jurusan yang memiliki mahasiswa terbanyak di FEBI adalah Ekonomi Syariah (ES). Mahasiswa aktif yang terdaftar dalam bagian Bagian Tata Usaha tahun akademik 2019/2020 berjumlah 2104 orang.⁷⁶ Berikut ini adalah visi dan misi serta tujuan jurusan ES yaitu:⁷⁷

⁷⁶ Data Hasil Rekapitulasi Bagian Tata Usaha Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Tahun Akademik 2019/2020

⁷⁷ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, diakses dari <https://febi.iain-tulungagung.ac.id/fakultas/visi-misi-a-tujuan>, pada tanggal 6 Januari 2021 pukul 12.15 WIB.

a) Visi

“Menjadi pusat pengembangan keilmuan dan memiliki kompetensi integratif dalam aspek ilmu ekonomi syariah dan keuangan syariah serta mampu bersaing baik nasional maupun global.”

b) Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ekonomi syariah melalui tahap pendidikan akademik dan menciptakan tenaga profesional baik yang bersifat teoritis maupun praktis berlandaskan moral dan etika Islami.
- 2) Menyelenggarakan sistem akademisi melalui pengkajian dan penelitian bidang ekonomi dan atau keuangan syariah berkelanjutan.
- 3) Mendidik mahasiswa berdedikasi tinggi serta bertanggung jawab pada keilmuan, sosial dan lingkungan.
- 4) Mengembangkan program studi ekonomi syariah sebagai penghasil sumber daya manusia yang ahli dan terampil sesuai kebutuhan pasar industri keuangan syariah.
- 5) Membangun hubungan kerjasama yang saling menguntungkan dengan lembaga-lembaga pemerintah dan non-pemerintah, baik dalam maupun luar negeri.

c) Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana ekonomi syariah yang beriman dan bertakwa, berorientasi pada kualitas, transparansi, akuntabilitas, dan profesionalitas.
- 2) Mampu menerapkan pengetahuan dan keterampilan di masyarakat sesuai disiplin ekonomi syariah
- 3) Terampil dan menguasai dasar-dasar ilmiah dalam bidang ilmu ekonomi syariah sehingga mampu mengidentifikasi, memahami, menjelaskan, mengevaluasi secara kritis dan merumuskan cara menyelesaikan masalah yang ada dalam cakupan disiplin ilmu syariah.

B. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah mahasiswi aktif Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung yang pernah menggunakan produk kosmetik Wardah dengan jumlah 92 responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini didasarkan pada Semester mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Setiap responden mengisi kuisisioner dari *google form* yang berisi beberapa pertanyaan dan disebarakan melalui media sosial.

Adapun data mengenai semester responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Semester Responden

No	Semester	Jumlah	Persentase
1	V	24	26%
2	VII	35	38%
3	IX	33	36%
Total		92	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan table 4.1 dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah mahasiswi semester VII dengan jumlah 35 orang atau 38%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Wardah *Cosmetics* pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung sebagian besar adalah semester VII.

C. Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel yang terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini yaitu: Kualitas Produk (X_1) dan Label Halal (X_2), sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu: Keputusan Pembelian (Y). Dari kuisioner yang tersebar secara online, terdapat 14 item pertanyaan yang dibagi menjadi 3 yaitu:

1. Enam pertanyaan mengenai variabel bebas pertama yaitu Kualitas Produk.
2. Empat pertanyaan mengenai variabel bebas kedua yaitu Label Halal.
3. Empat pertanyaan mengenai variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian.

Adapun jawaban dari penyebaran angket tersebut diberi skor 5 pada jawaban tertinggi atau sangat setuju dan diberi skor 1 untuk yang paling rendah atau sangat tidak setuju.

- a) Jawaban responden mengenai variabel Kualitas Produk (X_1)

Tabel 4.2
Jawaban Responden terhadap Kualitas Produk

No	Skor Jawaban	X1.1. 1	X1.1. 2	X1.2. 1	X1.3. 1	X1.3. 2	X1.4. 1	F	%
1.	5	20	21	18	17	47	27	150	27,17%
2.	4	45	51	44	43	42	56	281	50,91%
3.	3	20	15	21	25	3	9	93	16,85%
4.	2	5	5	8	6	0	0	24	4,35%

5.	1	2	0	1	1	0	0	4	0,72%
Total								552	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui dari jawaban responden atas kualitas produk, nilai yang tertinggi sebesar 281 (50,91%) menyatakan setuju, sedangkan nilai terendah sebesar 4 (4,35%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dari produk Wardah merasa puas akan kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen.

b) Jawaban responden mengenai variabel Label Halal (X_2)

Tabel 4.3
Jawaban Responden terhadap Label Halal

No	Skor Jawaban	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	F	%
1.	5	34	37	35	20	126	34,24%
2.	4	55	53	50	53	211	57,34%
3.	3	3	2	7	19	31	8,42%
4.	2	0	0	0	0	0	0%
5.	1	0	0	0	0	0	0%
TOTAL						368	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui dari jawaban responden atas label halal, nilai yang tertinggi sebesar 211 (57,34%) menyatakan setuju, sedangkan nilai terendah sebesar 0 (0%) menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas akan labelisasi halal pada produk wardah, konsumen merasa produk aman digunakan karena dari segi proses pembuatan maupun bahan bakunya halal.

c) Jawaban Responden mengenai variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.4
Jawaban Responden terhadap Keputusan Pembelian

10	Skor Jawaban	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	F	%
1.	5	16	16	28	15	75	20,38%
2.	4	47	47	55	39	188	51,09%
3.	3	25	27	8	30	90	24,46%
4.	2	4	2	1	7	14	3,80%
5.	1	0	0	0	1	1	0,27%
TOTAL						368	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui dari jawaban responden atas keputusan pembelian, nilai yang tertinggi sebesar 188 (51,09%) menyatakan setuju, sedangkan nilai terendah sebesar 1 (0,27%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan kualitas produk, harga dan label halal sehingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian ulang serta menjadi pelanggan dari produk Wardah.

D. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur kevalidan atau ketidak validnya suatu item pertanyaan kuisioner. Suatu data dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dalam penelitian ini, penulis telah menetapkan sebanyak 92 mahasiswi sebagai respondennya. Dalam penelitian ini, untuk mencari, r_{tabel}

menggunakan *df* (*degree of freedom*) dengan rumus $df = n - 2$, dimana n adalah banyaknya responden maka dapat diperoleh $df = 92 - 2 = 90$ dengan nilai α sebesar 5% atau 0,05. Maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,2050. Berikut hasil perhitungan SPSS dari uji validitas yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Variabel	No. Item	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1.1	0,887	0,2050	Valid
	X1.1.2	0,886	0,2050	Valid
	X1.2.1	0,825	0,2050	Valid
	X1.3.1	0,842	0,2050	Valid
	X1.3.2	0,531	0,2050	Valid
	X1.4.1	0,497	0,2050	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.4 tersebut dapat dilihat bahwa setiap item pertanyaan dalam variabel kualitas produk memiliki nilai korelasi pearson lebih dari 0,5 yang mana nilainya lebih besar daripada nilai r_{tabel} yaitu 0,2050 maka dari itu keenam item pertanyaan dalam variabel kualitas produk dinyatakan valid dan layak untuk dipakai dalam penelitian ini.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Label Halal (X2)

Variabel	No. Item	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
Label Halal	X2.1	0,852	0,2050	Valid
	X2.2	0,854	0,2050	Valid
	X2.3	0,861	0,2050	Valid
	X2.4	0,797	0,2050	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.5 tersebut dapat dilihat bahwa setiap item pertanyaan dalam variabel label halal memiliki nilai korelasi pearson lebih dari 0,5 yang mana nilainya lebih besar daripada nilai r tabel yaitu 0,2050 maka dari itu keempat item pertanyaan dalam variabel label halal dinyatakan valid dan layak untuk dipakai dalam penelitian ini.

Tabel 4.7
Hasil Uji Keputusan Pembelian

Variabel	No. Item	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
Kualitas Produk	Y1.1	0,888	0,2050	Valid
	Y1.2	0,795	0,2050	Valid
	Y1.3	0,731	0,2050	Valid
	Y1.4	0,842	0,2050	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.6 tersebut dapat dilihat bahwa setiap item pertanyaan dalam variabel keputusan pembelian memiliki nilai korelasi pearson lebih dari 0,5 yang mana nilainya lebih besar daripada nilai r tabel yaitu 0,2050 maka dari itu keempat item pertanyaan dalam variabel keputusan pembelian dinyatakan valid dan layak untuk dipakai dalam penelitian ini karena telah memenuhi syarat validitas.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana penelitian instrument penelitian dapat dipercaya untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan skala *alpha cronbach's*. Variabel dikatakan

reliabel apabila nilai dari *alpha cronbach's* lebih besar dari 0,60.

Hasil dari pengujian reabilitas dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,853	6	Sangat Reliabel
Label Halal (X2)	0,857	4	Sangat Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,829	4	Sangat Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan pengujian dari data tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa ketiga variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *alpha cronbach's* yang lebih besar dari 0,60, sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut reliabel.

2. Uji Linieritas

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Dalam mendeteksi normalitas data menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*, jika nilai Sig. atau signifikansi < 0.05 distribusi data adalah tidak normal dan jika nilai Sig atau signifikansi ≥ 0.05 distribusi data adalah normal. Untuk mengetahui hasil pengujian dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28818718
Most Extreme Differences	Absolute	.087

	Positive	.068
	Negative	-.087
Kolmogorov-Smirnov Z		.834
Asymp. Sig. (2-tailed)		.490
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Dari tabel 4.8 tersebut, dapat dilihat bahwa nilai *Asymp Sig (2-tailed)* sebesar 0,490 yang mana lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel – variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Untuk menguji ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* (a) dan lawannya, yaitu dengan melihat Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$ = terdapat multikolinearitas dan jika nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ = tidak terjadi masalah multikolinearitas. Adapun hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	-.949	1.245		-.762	.448		
KualitasProduk	.503	.045	.729	11.268	.000	.730	1.369
Label Halal	.258	.082	.204	3.157	.002	.730	1.369

a. *Dependent Variable: Keputusan Pembelian*

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF adalah:

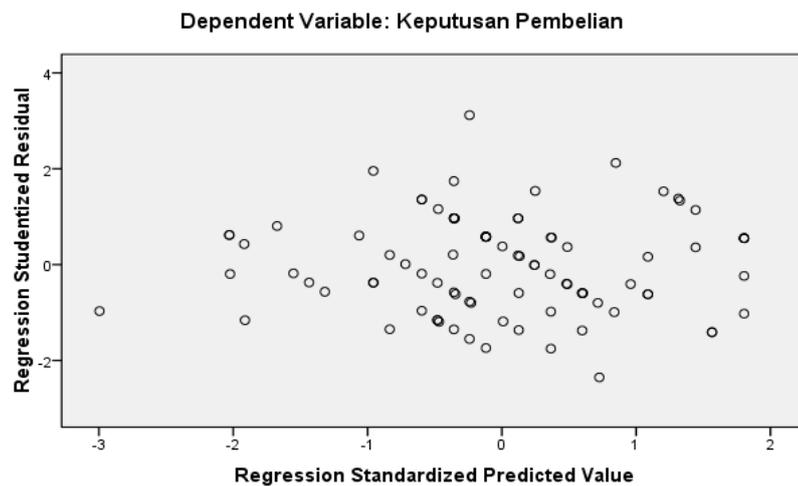
- 1) Nilai VIF variabel kualitas produk (X1) yaitu $1,369 < 10$ serta nilai *tolerance* $0,730 > 0,1$
- 2) Nilai VIF variabel label halal (X2) yaitu $1,369 < 10$ serta nilai *tolerance* $0,730 > 0,1$

Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak terdapat masalah/terbebas dari multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya dapat dilihat pada pola gambar *scatterplot* sebagai berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Scatterplot*
Scatterplot



Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Dari Gambar 4.1 tersebut dapat dilihat bahwa penyebaran titik-titik tidak berpola, titik-titik data semua menyebar di atas dan dibawah atau disekitar angka 0 dan titik-titik data tidak berkumpul atau tidak berdekatan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah pada heteroskedastisitas.

3. Uji Analisis Linier Berganda

Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan antara kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian secara bersamaan menggunakan persamaan regresi berganda. Berikut adalah hasil uji regresi linier berganda:

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.949	1.245		-.762	.448
KualitasProduk	.503	.045	.729	11.268	.000
Label Halal	.258	.082	.204	3.157	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, dapat diketahui persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

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

$$Y = -0,949 + 0,503 X_1 + 0,258 X_2$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Koefisien konstans = -0,949

Nilai a = -0,949 dapat dikatakan apabila nilai $X_1 = 0$, $X_2 = 0$ maka dapat dikatakan sebagai berikut:

Ketika kualitas produk (X_1) dan label halal (X_2) nilainya adalah 0 maka keputusan pembelian (Y) meningkat -0,949 atau -94,9%.

- b. Nilai $b_1 = 0,503$ menyatakan bahwa nilai variabel kualitas produk (X_1) dianggap tetap maka dapat dikatakan sebagai berikut:

Bahwa setiap penambahan karena tanda positif 1 kualitas produk, maka kualitas produk akan meningkat keputusan pembelian sebesar 0,503, dan sebaliknya jika kualitas produk mengalami penurunan

sebesar 1 maka keputusan pembelian diprediksi mengalami penurunan sebesar -0,503 atau 50,3%

- c. Nilai $b_2 = 0,258$ menyatakan bahwa nilai variabel label halal (X_2) dianggap tetap maka dapat dikatakan sebagai berikut:

Bahwa setiap penambahan karena tanda positif 1 label halal, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,258, dan sebaliknya jika label halal mengalami penurunan sebesar 1 maka keputusan pembelian diprediksi akan mengalami penurunan sebesar -0,258 atau 25,8%.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Uji statistik t ini digunakan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan label halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Beauty Cosmetics*. Dengan prosedur sebagai berikut:

H_0 = tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*.

H_1 = ada pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*.

Pengambilan keputusannya ditentukan dengan cara sebagai berikut:

Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka menerima H_0 dan menolak H_1

Jika nilai sig < 0,05 maka menolak H_0 dan menerima H_1

Tabel 4.12
Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.949	1.245		-.762	.448
	KualitasProduk	.503	.045	.729	11.268	.000
	Label Halal	.258	.082	.204	3.157	.002

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan dari data tabel 4.11, berikut hasil uji t:

1) H_0 : Tidak ada pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Beauty Cosmetics* (Y).

H_1 : Ada pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Beauty Cosmetics* (Y).

Dari hasil pengujian diperoleh nilai sig 0,000 < 0,05 yang artinya H_1 diterima atau secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2) H_0 : Tidak ada pengaruh label halal (X_2) terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Beauty Cosmetics* (Y).

H_1 : Ada pengaruh label halal (X_2) terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Beauty Cosmetics* (Y).

Dari hasil pengujian diperoleh nilai sig $0,002 < 0,05$ yang artinya H_1 diterima atau secara parsial label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Prosedur penelitiannya sebagai berikut:

H_0 = tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*.

H_1 = ada pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*.

Pengambilan keputusannya ditentukan dengan cara sebagai berikut:

Jika nilai sig $> 0,05$ maka menerima H_0 dan menolak H_1

Jika nilai sig $< 0,05$ maka menolak H_0 dan menerima H_1

Tabel 4.13
Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	403.992	2	201.996	119.051	.000 ^a
	Residual	151.008	89	1.697		
	Total	555.000	91			
a. Predictors: (Constant), Label Halal, KualitasProduk						
b. Dependent Variable: KeputusanPembelian						

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Dalam tabel ANOVA diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 119,051 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan tingkat kesalahan 5% atau 0,05, sehingga nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti menolak H_0 dan menerima H_1 . Dimana F tabel 3,10 diperoleh dari rumus $F \text{ tabel} = n - k = 92 - 3$. Jadi, F hitung (119,051) > F tabel (3,10) maka terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Beauty Cosmetics* (pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung).

5. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Berikut hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.853 ^a	.728	.722	1.30258	1.795

a. Predictors: (Constant), Label Halal, KualitasProduk

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa *R Square* adalah 0,728 (72,8%). Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 72,8% keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas produk dan label

halal sedangkan sisanya sebesar 27,2% (100% - 72,8%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.