

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH  
DI DESA TIMBUSENG KAB TAKALAR**

**SKRIPSI**



**ASRUNI DAMAYANTI**

**NIM: 105741102721**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR**

**2025**

**KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA**

**JUDUL PENELITIAN:**

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH  
DI DESA TIMBUSENG KAB TAKALAR**

**SKRIPSI**

**Disusun dan Diajukan Oleh:**

**ASRUNI DAMAYANTI**

**NIM: 105741102721**

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Ekonomi Islam  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah  
Makassar***

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR**

**2025**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."  
(QS. Al-Baqarah: 286)**

### **PERSEMBAHAN**

**Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.**

**Alhamdulillah Rabbil'alamin**

**"Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta, keluarga, dosen pembimbing, serta semua pihak yang telah mendukung dan mendoakan hingga karya ini terselesaikan "**

### **PESAN DAN KESAN**

**"Skripsi ini adalah hasil dari usaha, doa, dan tekad yang tak kenal lelah. Semoga apa yang saya pelajari dapat bermanfaat tidak hanya bagi diri saya, tetapi juga bagi masyarakat, dan dapat memberikan kontribusi positif dalam bidang yang saya tekuni."**

**"Perjalanan menulis skripsi ini penuh tantangan dan pembelajaran. Banyak hal yang saya pelajari tentang ketekunan, kesabaran, dan pentingnya bekerja dengan niat yang tulus. Terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam menyelesaikan karya ini."**



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

*Jl. Sultan Ajiuddin No. 285 gedung Gra.Lf. 7.Tel (0411) 866972 Makassar*



**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap  
Keputusan Pembelian Produk Wardah di Desa  
Timbuseng Kab Takalar

Nama Mahasiswa : Azzuli Damayanti

No. Stambuk/ NIM : 105741102721

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia  
penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 9 Agustus 2025 di Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.


Makassar, 23 Agustus 2025

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II


  
Dr. H. Muhammad Naim Kasim, S.E., M.Si  
NIDN: 8823690019


  
Sri Wahyuni, S.E., M.E  
NIDN: 0929088901

Dekan

Mengetahui

Ketua Program Studi

  
Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M  
NBM: 1038166

  
Sri Wahyuni, S.E., M.E  
NBM: 1288 678





PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama: Asruni Damayanti, Nim: 105741102721 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0005/SK-Y/60202/091004/2025, Tanggal 15 Shafar 1447 H/9 Agustus 2025. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 15 Shafar 1447 H  
9 Agustus 2025 M

**PANITIA UJIAN**

1. Pengawas Umum : Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU (Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M (Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc (Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji
  1. Dr. Agus Salim HR, S.E., M.M
  2. Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si
  3. Dr. Syahidah Rahmah, S.E.Sy., M.E.I
  4. Sri Wahyuni, S.E., M.E

Disahkan Oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M  
NBM : 1038166



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

**SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asruni Damayanti  
Stambuk : 105741102721  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Sertifikasi Hasil dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar

Dengan ini menyatakan bahwa:

*Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan dibuat oleh siapa pun.*

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 23 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan,



**ASRUNI DAMAYANTI**  
NIM: 105741102721

Diketahui Oleh:

Dekan

**Dr. Edt Jusriadi, S.E., M.M.**  
NBM : 1038166

Ketua Program Studi

**Sri Wahyuni, S.E., M.E.**  
NBM : 1288 678

**HALAMAN PERNYATAAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asruni Damayanti  
NIM : 105741102721  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan  
Pembelian Produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 23 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan,



**ASRUNI DAMAYANTI**  
**NIM: 105741102721**



## ABSTRAK

**ASRUNI DAMAYANTI. 2025. *Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh : Muhammad Najib Kasim dan Sri Wahyuni.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng, Kabupaten Takalar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan *explanatory research*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 212 responden yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Data diperoleh melalui kuesioner online dan observasi, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsumen di daerah pedesaan mulai lebih memperhatikan kehalalan dan kualitas produk dalam membuat keputusan pembelian, sehingga kedua aspek ini perlu dijaga dan ditingkatkan oleh para produsen.

**Kata Kunci:** *Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*





## **ABSTRACT**

**ASRUNI DAMAYANTI. 2025. *The Influence of Halal Certificatin and Product Quality on Purchasing Decisions of Wardah Products in Timbuseng Village, Takalar Regency. Thesis. Islamic Economics Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by: Muhammad Najib Kasim and Sri Wahyuni.***

*The purpose of this study was to determine the effect of halal certification and product quality on purchasing decisions for Wardah products in Timbuseng Village, Takalar Regency. This study used a quantitative approach with descriptive and explanatory research methods. The sample in this study was 212 respondents taken using a purposive sampling technique. Data were obtained through online questionnaires and observations, then analyzed using multiple liner regressions with the help of the PSS version 25 application. The results of the study indicate that halal certification and product quality have a positive and significant effect, both partially and simultaneously, on purchasing decisions. From these results, it can be concluded that consumers in rural areas are starting to pay more attention to halal certification and product quality in making purchasing decisions, so these two aspects need to be maintained and improved by producers.*

**Keywords:** Halal Certification, Product Quality, Purchasing Decisions



## KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis Bapak Asrul dan Ibu Hasniati. Dua orang yang selalu mengusahakan anak pertamanya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya meskipun mereka tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu memberikan yang terbaik tak kenal lelah mendoakan serta memberikan kasih sayang dan dukungan tanpa batas yang tak pernah lekang oleh waktu. Terimakasih atas segala hal yang kalian berikan yang tak terhitung jumlahnya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Dr. Abd Rakhim Nanda, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Sri Wahyuni, S.E., M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. H. Muhammad Najib Kasim, SE., M.Si, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Sri Wahyuni, S.E., M.E, selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Kepada pihak Masyarakat Desa Timbuseng Kabupaten Takalar yang tidak sempat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberikan data-data yang dibutuhkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Angkatan 2021 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
10. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan

dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

11. Terakhir, Kepada seseorang yang tidak bisa penulis sebutkan namanya, Terimakasih atas segala hal yang diberikan saat proses penyusunan skripsi ini, ternyata hadirnya Anda di kehidupan ini cukup memberikan motivasi dan dukungan untuk terus maju dan berproses menjadi pribadi yaang mengerti apa itu pengalaman, pendewasaan dan rasa sabar. Terimakasih telah menjadi bagian menyenangkan dalam hidup ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

*Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Makassar, 23 Agustus 2025

**Penulis**



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
A. Tinjauan Teori .....	6
1. Keputusan Pembelian .....	6
2. Sertifikasi Halal .....	11
3. Kualitas Produk .....	16
B. Penelitian Terdahulu .....	21
C. Kerangka Pikir .....	26
D. Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Jenis Penelitian .....	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	30
C. Jenis dan Sumber Data .....	30
D. Populasi dan Sampel .....	31
E. Teknik Pengumpulan Data .....	33
F. Definisi Operasional Variabel .....	34
G. Metode Analisis Data .....	37
H. Uji Hipotesis .....	39

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
B. Penyajian Data Hasil Penelitian .....	43
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	59
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastitas Scatterplot .....	55



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Skor Jawaban Responden.....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Produk Wardah yang Sering Digunakan....	47
Tabel 4.5 Analisis Variabel Deskriptif Sertifikasi Halal (X1).....	48
Tabel 4.6 Analisis Variabel Deskriptif Kualitas Produk (X2) .....	48
Tabel 4.7 Analisis Variabel Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) .....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Sertifikasi Halal.....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk .....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Sertifikasi Halal .....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas .....	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas .....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	56
Tabel 4.17 Hasil Uji t.....	57
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	58
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran i Daftar Pernyataan Kuesioner .....	74
Lampiran ii Tabulasi Data Penelitian .....	80
Lampiran iii Hasil Uji Analisis Deskriptif .....	97
Lampiran iv Hasil Analisis Deskriptif Variabel .....	99
Lampiran v Hasil Uji Validitas .....	109
Lampiran vi Hasil Uji Reliabilitas .....	114
Lampiran vii Hasil Uji Asumsi Klasik .....	115
Lampiran viii Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	116
Lampiran ix Hasil Uji Hipotesis .....	117
Lampiran x Surat Izin Penelitian .....	118
Lampiran xi Validasi Data .....	121
Lampiran xii Validasi Abstrak .....	122
Lampiran xiii Hasil Plagiasi .....	123
Lampiran xiv Dokumentasi .....	129

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Industri kosmetik halal di Indonesia terus mengalami perkembangan pesat, sejalan dengan peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya memilih produk yang halal, khususnya di kalangan konsumen muslim. Wardah, sebagai salah satu merek kosmetik lokal terkemuka yang mengusung label halal, menyediakan produk yang aman dan sesuai dengan prinsip syariah. Fenomena ini menarik perhatian, mengingat sertifikasi halal dan kualitas produk kini menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian di kalangan konsumen muslim.

Kosmetik halal merupakan produk yang terbuat dari bahan yang sesuai dengan syariat Islam. Kandungan dari produk yang ditawarkan harus tidak mengandung bahan dari hewan yang diharamkan. Proses produksi dan pengolahan produk tersebut harus menggunakan alat yang tidak tercampur oleh zat yang tidak sesuai dengan syariat. Industri kosmetik juga termasuk salah satu bidang yang kini banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini terlihat dari berbagai tren yang tengah populer, khususnya di kalangan remaja, terkait produk skincare dan make up. Saat ini, produk kosmetik yang memiliki label halal menarik perhatian, terutama karena konsumen Muslim cenderung menghindari produk yang mengandung bahan yang tidak halal. Sertifikasi halal maupun label halal pada kemasan produk memberikan kenyamanan bagi konsumen karena mereka menggunakan bahan yang aman dan sesuai (Syifa, 2022).

Dalam konteks perilaku konsumen Muslim, keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh fungsi produk, tetapi juga nilai-nilai agama dan kepercayaan terhadap informasi yang terkait dengan produk tersebut, seperti sertifikasi halal dan kualitas. Sertifikasi halal berfungsi sebagai jaminan bahwa produk tersebut sesuai dengan ajaran syariah, sedangkan kualitas produk menunjukkan seberapa baik produk tersebut dapat memenuhi ekspektasi konsumen dalam hal efektivitas, keamanan, dan kenyamanan.

Seiring dengan meningkatnya dinamika pasar halal global, konsumen Muslim kini memiliki banyak alternatif produk, termasuk dalam kategori kosmetik, yang mengklaim sebagai halal dan berkualitas. Namun pernyataan tersebut sesuai dengan standar syariah dan harapan kualitas konsumen. Dalam perspektif perilaku konsumen Islam, pilihan terhadap produk halal seharusnya menjadi fokus utama karena berkaitan dengan aspek spiritual, etika, dan tanggung jawab pribadi sebagai seorang Muslim (Wilson & Liu, 2011).

Pemilihan variabel sertifikasi halal dan kualitas produk didasarkan pada peran penting keduanya dalam mendorong perilaku konsumen yang bertanggung jawab sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Sertifikasi halal tidak hanya menjamin kepatuhan syariah, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Sementara itu, kualitas produk menjadi indikator utama yang memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen. Dalam konteks ini, kedua variabel ini lebih relevan dibandingkan faktor lain seperti harga atau tren pasar, mengingat fokus

penelitian adalah untuk memahami hubungan antara atribut intrinsik produk dan keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Falahi (2023) di Desa Bangun Rejo menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. Namun sebagian besar kajian yang ada dilakukan di lingkungan perkotaan dan komunitas dengan akses informasi yang baik, sehingga kurang mencerminkan perilaku konsumen daerah pedesaan seperti Desa Timbuseng. Selain itu, beberapa studi cenderung memisahkan analisis antara sertifikasi halal dan kualitas produk, tanpa mengkaji sinergi keduanya dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Kesenjangan ini menyoroti pentingnya penelitian yang lebih spesifik untuk memahami hubungan antara variabel-variabel tersebut dalam konteks masyarakat pedesaan.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat terkuak hubungan antara sertifikasi halal dan kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen di Desa Timbuseng. Temuan dari studi ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi produsen dalam mengembangkan strategi pemasaran yang berfokus pada nilai halal dan kualitas. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen Muslim di kawasan pedesaan.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan yaitu:



1. Apakah sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar?
3. Bagaimana pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar?

#### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan dari penelitian ini adalah:
  - a. Untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar.
  - b. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar.
  - c. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar.
2. Manfaat Penelitian:
  - a. Secara Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan ilmiah mengenai pengaruh sertifikasi dan kualitas halal terhadap kesadaran konsumen dalam membeli kosmetik di Indonesia khususnya di Desa Timbuseng.

- b. Secara Praktis: Memberikan informasi kepada produsen kosmetik, khususnya Wardah untuk membantu mereka memahami kesadaran konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini juga akan membantu lembaga penyelenggara sertifikasi halal untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Teori**

##### **1. Keputusan Pembelian**

###### **a. Pengertian Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen di mana mereka akhirnya memutuskan untuk membeli produk yang telah mereka pilih (Malohing, 2021). Proses sebelumnya, seperti pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif, menghasilkan tahap ini. Pada tahap ini, konsumen memilih produk berdasarkan berbagai faktor, termasuk harga, kualitas, kepercayaan terhadap merek, dan dampak sosial dan budaya (Schiffman & Kanuk, 2020).

Selain itu, pengalaman sebelumnya sikap terhadap merek dan promosi yang menarik juga memengaruhi keputusan pembelian (Solomon, 2020). Kepercayaan pada sertifikasi halal, produk halal, seperti kosmetik Wardah memainkan peran penting dalam mendorong konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan prinsip syariah (Wilson dan Liu, 2021). Sertifikasi halal menjamin kualitas dan keamanan produk, yang dianggap memenuhi persyaratan konsumen Muslim.

Keputusan pembelian dimulai sebelum tindakan pembelian. Sebaliknya, mereka berlanjut pada tahap evaluasi pasca

pembelian. Pada titik ini, pembeli menilai apakah produk yang mereka beli memenuhi harapan mereka, yang pada gilirannya dapat memengaruhi kepuasan mereka dan kesetiaan mereka terhadap merek (Kotler dan Armstrong, 2016).

Keputusan pembelian juga merupakan proses kompleks yang melibatkan banyak faktor dan tahapan berbeda. Proses ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti sikap dan persepsi, namun juga oleh faktor eksternal seperti rekomendasi sosial dan promosi (Kotler dan Keller, 2019).

Keputusan pembelian tidak hanya mencerminkan kebutuhan konsumen tetapi juga preferensi konsumen terhadap produk tertentu. Dalam konteks produk halal seperti kosmetik, aspek seperti halal, kualitas, dan citra merek menjadi faktor kuncinya (Rahmawati et al, 2022).

Menurut Swastha dan Handoko (2011) berpendapat bahwa ada lima peran individu dalam sebuah keputusan membeli, yaitu:

1. Pengambilan Inisiatif (*Initiator*)

Individu yang memiliki dorongan untuk membeli suatu barang atau memiliki kebutuhan dan keinginan tertentu, namun tidak memiliki otoritas untuk melakukannya sendiri.

2. Orang yang Mempengaruhi (*Influencer*)

Individu yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Pembuat Keputusan (*Decider*)



Individu yang menentukan apakah pembelian akan dilakukan atau tidak, termasuk apa yang akan dibeli, serta cara dan tempat pembelian.

#### 4. Pembelian (*Buyer*)

Individu yang secara langsung melaksanakan proses pembelian.

#### 5. Pemakai (*User*)

Individu yang menggunakan atau memanfaatkan produk atau layanan yang telah dibeli.

#### b. Dalil dan Hadist Keputusan Pembelian

Dasar Hukum keputusan pembelian atau dalil-dalil keputusan pembelian banyak disebutkan dan dijelaskan dalam Al-Qur'an dan Hadist, di antaranya:

Allah berfirman dalam QS' Al-A'raf/7: 31

يٰۤاَيُّهَاۤ اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Terjemahnya:

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”

Maksud ayat di atas secara tegas memberikan peringatan agar dalam melakukan pembelian, baik itu produk kosmetik, makanan, pakaian, maupun lainnya, konsumen tidak bersikap berlebihan atau konsumtif. Keputusan untuk membeli seharusnya

didasarkan pada kebutuhan yang nyata, bukan sekedar dorongan keinginan.

Hadits Riwayat Tirmidzi no. 2518

دَعْ مَا يَرِيْبُكَ إِلَى مَا لَا يَرِيْبُكَ

Artinya:

“Tinggalkanlah sesuatu yang meragukanmu kepada sesuatu yang tidak meragukanmu.”

Hadis tersebut mengajarkan agar konsumen dalam membuat keputusan, termasuk saat membeli suatu barang. Jika muncul keraguan terkait kehalalan atau mutu suatu produk, maka konsumen disarankan untuk menghindarinya dan memilih produk yang lebih meyakinkan.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk faktor individu, psikologis, sosial, dan budaya (Assael, 2020). Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu:

1. Faktor Individu: Usia, pekerjaan, gaya hidup, dan pendapatan konsumen.
2. Faktor Psikologis: Motivasi, persepsi, sikap, dan pembelajaran tentang produk.
3. Faktor Sosial: Kelompok referensi, keluarga, tanggung jawab sosial.
4. Faktor Budaya: Norma, prinsip, dan kepercayaan budaya yang dianut konsumen.

d. Pentingnya Keputusan Pascapembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2016), ada tiga kemungkinan hasil evaluasi pascapembelian yang dapat digunakan untuk menghentikan loyalitas konsumen, yaitu:

1. Kepuasan

Konsumen merasa puas, yang meningkatkan kesetiaan dan mendorong mereka untuk menyarankan orang lain.

2. Ketidakpuasan

Konsumen mungkin merasa kecewa dan tidak akan membeli lagi.

3. Kecemasan Pasca Pembelian (*Cognitive Dissonance*)

Konsumen merasa tidak yakin apakah mereka telah membuat keputusan yang tepat. Jika ada pilihan lain yang menarik perhatian, hal ini sering terjadi.

e. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2016), indikator keputusan pembelian mencakup lima aspek, yaitu:

1. Pengenalan kebutuhan

Konsumen mengetahui adanya kebutuhan atau keinginan yang harus dipenuhi, seperti mencari kosmetik halal dan berkualitas tinggi.

2. Pencarian informasi

Untuk menemukan produk yang memenuhi kebutuhannya. Informasi ini dapat diperoleh melalui ulasan produk, media sosial, atau saran orang lain.

### 3. Evaluasi alternatif

Membandingkan berbagai produk yang tersedia dari sudut pandang kualitas, harga, dan kehalalannya.

### 4. Keputusan pembelian

Memilih produk yang dianggap paling sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

### 5. Perilaku pascapembelian

Menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk. Jika konsumen merasa puas dengan produk tersebut, mereka cenderung menggunakannya lagi dan merekomendasikannya kepada orang lain.

## 2. Sertifikasi Halal

### a. Pengertian Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah proses verifikasi produk atau layanan yang dilakukan oleh badan yang berwenang (seperti MUI Indonesia) untuk memastikan bahwa produk tersebut sesuai dengan hukum syariah Islam. Sertifikasi halal menjamin suatu produk bebas dari unsur haram, mulai dari bahan baku hingga proses pembuatannya, serta tidak membahayakan kesehatan konsumen. Bagi konsumen muslimah, label halal memberikan ketenangan pikiran dan kenyamanan karena produk tersebut memenuhi standar sesuai dengan keyakinan mereka.

Menurut Wilson dan Liu (2021) "Sertifikasi halal merupakan bagian dari industri halal global yang tumbuh pesat. Mereka menyebutkan bahwa keberadaan sertifikat halal pada produk

meningkatkan kredibilitas di pasar global, termasuk di kalangan non-Muslim yang mencari produk berkualitas tinggi.”

Sertifikat halal dapat digunakan untuk membuat label pada setiap produk. Label harus mematuhi peraturan Departemen Kesehatan. Surat edaran mengenai proses sertifikasi halal telah dimuat di website LPPOM-MUI, yang menyatakan bahwa produsen yang ingin mengajukan sertifikasi halal produknya harus mengisi formulir yang disediakan oleh LPPOM-MUI. Pengetahuan yang baik tentang sertifikat halal dan hal yang mengenai labelisasi halal pada suatu kosmetik pasti akan menimbulkan respon positif konsumen terhadap kosmetik yang bersertifikat halal. Artinya semakin banyak pengetahuan tentang sertifikasi halal yang dianggap positif, maka konsumen cenderung mempunyai sikap/reaksi positif terhadap kosmetik berlabel halal.

Sertifikasi halal juga merupakan proses verifikasi yang dilakukan oleh lembaga berwenang untuk memastikan bahwa produk tertentu mematuhi syariat Islam. Di Indonesia, sertifikasi halal dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa halal yang diberikan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Produk yang memiliki sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen Muslim bahwa produk tersebut bebas dari bahan haram dan najis.

Berikut beberapa ulama menekankan pentingnya sertifikasi halal sebagai upaya untuk memastikan bahwa produk yang dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam:



1. Ibnu Taimiyyah, menekankan pentingnya memastikan bahwa makanan atau produk yang dikonsumsi berasal dari sumber yang jelas kehalalannya dan bebas dari unsur-unsur yang meragukan.
  2. Al-Ghazali, dalam kitab *Ihya' Ulumuddin*, dijelaskan bahwa agar suatu produk dianggap halal, tidak hanya bahan yang digunakan yang harus sesuai dengan syariah, tetapi juga proses serta tujuan dari produk tersebut harus memenuhi prinsip-prinsip syariah.
  3. Syekh Yusuf Al-Qaradawi, dalam *Fiqh Al-Halal wa Al-Haram* dinyatakan bahwa konsep produk halal tidak hanya mencakup bahan bakunya, tetapi juga meliputi proses produksi dan distribusi yang dijalani oleh produk tersebut.
- b. Dalil dan Hadist Kehalalan Produk
- Dasar hukum kehalalan produk atau dalil-dalil kehalalan produk banyak disebutkan dan dijelaskan dalam Al-Qur'an dan Hadist, di antaranya:

Allah berfirman dalam QS' Al-Baqarah/2: 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الرِّزْقِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Terjemahnya:

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu.” (QS Al-Baqarah/2: 168)

Maksud dari ayat di atas adalah menekankan betapa pentingnya untuk memilih makanan dan produk yang tidak hanya

halal, tetapi juga baik. Hal ini menjadi dasar bagi perlunya sertifikasi halal, yang bertujuan untuk memastikan kehalalan produk yang kita konsumsi.

Hadist Riwayat Bukhari dan Muslim

إِنَّ الْحَلَلَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى  
الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعَرْضِهِ

Artinya:

“Halal itu jelas dan haram itu jelas, di antara keduanya ada hal yang *syubhat* (samar-samar), yang kebanyakan manusia tidak mengetahuinya. Barang siapa menjaga dirinya dari hal-hal yang *syubhat*, maka ia telah menjaga agamanya dan kehormatannya.”

Sertifikasi halal berperan penting dalam mengatasi keraguan (*syubhat*) yang mungkin dimiliki oleh umat Islam mengenai status kehalalan suatu produk.

#### c. Fungsi Sertifikasi Halal

Adapun fungsi sertifikasi halal dapat dijelaskan dalam beberapa aspek, yaitu:

##### 1. Menjamin kepatuhan terhadap Syariat Islam

Sertifikasi halal menjamin bahwa produk yang disertifikasi telah mematuhi ketentuan Syariat Islam, mulai dari bahan baku hingga proses produksinya (Kotler & Keller, 2019).

##### 2. Meningkatkan kepercayaan konsumen

Konsumen Muslim lebih cenderung membeli produk dengan sertifikasi halal karena mereka merasa aman dan yakin bahwa produk tersebut telah teruji memenuhi standar halal (Mukhtar & Butt, 2020).

### 3. Daya saing di pasar global

Sertifikasi halal juga berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan daya saing produk di pasar global, khususnya di negara-negara mayoritas Muslim. Produk bersertifikat halal memiliki akses lebih besar ke pasar Internasional (Wilson & Liu, 2021).

#### d. Regulasi Sertifikasi Halal di Indonesia

Sertifikasi halal di Indonesia di atur oleh beberapa regulasi, yaitu:

##### 1. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH)

UU JPH menetapkan bahwa setiap produk yang beredar di Indonesia diharuskan untuk memiliki sertifikat halal. Dalam hal ini, BPJPH bertanggung jawab untuk mengelola dan menyelenggarakan sistem jaminan produk halal di Indonesia.

##### 2. Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal

Mengatur prosedur sertifikasi halal mulai dari proses permohonan hingga pengawasan produk, peraturan ini juga menetapkan sanksi administratif bagi produsen yang tidak memenuhi kewajiban sertifikasi halal.

#### e. Indikator Sertifikasi Halal

Indikator sertifikasi halal dijelaskan pada komponen berikut (Abdul Aziz, Y. & Vui, 2012), yaitu:

1. Penggunaan logo halal merupakan item yang sangat penting dalam pemilihan produk
2. Memilih produk berdasarkan logo halal
3. Akan selalu berhati-hati ketika memilih produk dengan logo halal
4. Sadar akan perbedaan antara logo halal asli dan tidak asli

### **3. Kualitas Produk**

#### **a. Pengertian Kualitas Produk**

Kualitas produk mengacu pada karakteristik umum dan karakteristik suatu produk atau layanan yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tersurat maupun tersirat. Menurut Suprano dan Hermiati (2021), kualitas produk mencakup manfaat inti dan manfaat tambahan yang berdampak langsung pada kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2020), kualitas produk merupakan kunci keberhasilan bisnis di masa persaingan yang ketat. Konsumen lebih cenderung memilih suatu produk jika kualitasnya tinggi karena dianggap menawarkan nilai yang lebih besar. Oleh karena itu, produk yang berkualitas tinggi dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Selain itu, kualitas produk yang konsisten juga membantu mengurangi biaya pengembalian produk dan klaim garansi, serta meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Dalam pasar yang kompetitif, kualitas produk yang terjaga merupakan keunggulan yang menentukan keberhasilan bisnis (Kotler & Keller, 2021).

Kualitas produk juga mengacu pada sejauh mana sebuah produk mampu memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen, baik dalam aspek fungsional, estetika, maupun keamanan. Produk yang berkualitas tidak hanya memberikan pengalaman positif bagi pengguna, tetapi juga meningkatkan tingkat kepuasan dan membangun loyalitas konsumen.

b. Dalil dan Hadist Kualitas Produk

Dasar hukum kualitas produk atau dalil-dalil kualitas produk banyak disebutkan dan dijelaskan dalam Al-Qur'an dan Hadist, di antaranya:

Allah berfirman dalam QS' Al-Baqarah/2: 267

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ هَالِكًا غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji”. (QS Al-Baqarah/2: 267)

Maksud dari ayat di atas adalah menekankan pentingnya memberi dan menggunakan barang yang baik dan berkualitas, bukan yang rusak atau tidak layak. Ini menunjukkan bahwa dalam melakukan penjualan atau pembuatan produk, kualitas menjadi hal yang sangat diperhatikan dalam Islam.



### Hadist Riwayat Muslim

إِنَّ أَلَّ طَيِّبٌ لَّ يَقْبَلُ إِلَّا طَيِّبًا

Artinya:

“Sesungguhnya Allah itu baik dan tidak menerima kecuali yang baik.”

Hadis ini menegaskan bahwa produk harus berkualitas tinggi karena Allah hanya menerima yang baik, mendorong produsen untuk mempertahankan kualitas dan mendorong pelanggan untuk memilih produk terbaik.

#### c. Peran BPOM dalam Menjamin Kualitas Produk

Di Indonesia, aspek keamanan dan kualitas produk kosmetik diawasi oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). BPOM bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk kosmetik memenuhi standar keamanan, mutu, dan manfaat yang ditetapkan.

Ada beberapa poin penting terkait BPOM dan kualitas produk, yaitu:

##### 1. Izin Edar Produk

Setiap produk kosmetik diwajibkan untuk memiliki nomor registrasi BPOM, yang menandakan bahwa produk tersebut telah menjalani uji keamanan dan kualitas sesuai dengan regulasi yang berlaku. Nomor ini dapat ditemukan pada kemasan produk sebagai jaminan bagi konsumen.

##### 2. Pengawasan Bahan Berbahaya

BPOM telah melarang penggunaan bahan-bahan berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon, dan pewarna yang tidak

diizinkan dalam produk kosmetik. Kebijakan ini bertujuan untuk melindungi konsumen dari efek samping yang dapat merugikan kesehatan mereka.

### 3. Informasi Label

Produk harus menyertakan informasi yang jelas mengenai komposisi, produsen, tanggal kadaluwarsa, serta klaim yang terkait dengan produk tersebut. Upaya ini bertujuan untuk memberikan transparansi kepada konsumen.

### 4. Proses Registrasi

Produk kosmetik harus menjalani proses registrasi yang mencakup evaluasi bahan, penilaian keamanan, dan uji efektivitas sebelum mendapatkan izin edar dari BPOM.

### d. Manfaat Kualitas Produk

Berikut manfaat yang diterima perusahaan ketika mampu menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas, yaitu:

#### 1. Meningkatkan Pangsa Pasar

Tujuan pemasaran juga meningkatkan seiring dengan banyaknya pelanggan yang sudah mempercayai produk atau jasa suatu perusahaan.

#### 2. Meminimalkan Biaya

Kepuasan pelanggan yang tinggi meminimalkan produksi suatu produk atau jasa karena perusahaan fokus pada jenis, waktu, dan jumlah produk yang memenuhi kebutuhan konsumen.

#### 3. Memberikan Dampak Internasional

Semakin banyak pelanggan yang dimiliki suatu perusahaan, semakin baik produk dan jasanya dikenal baik secara lokal maupun internasional.

#### 4. Meningkatkan Reputasi Perusahaan

Perusahaan yang mampu menghasilkan produk atau jasa dengan berkualitas pasti akan meningkatkan citra perusahaannya (Widodo, 2023).

#### e. Indikator Kualitas Produk

Indikator kualitas produk menurut David Gavin dalam buku Tjiptono & Gregorius (2016) ada delapan indikator kualitas produk, yaitu:

1. Kinerja (*Performance*), merupakan kemampuan utama yang dimiliki secara fungsional.
2. Fitur, yaitu fungsi sekunder yang mendukung pelaksanaan fungsi utama.
3. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan suatu produk untuk digunakan berulang kali dengan kemungkinan kerusakan atau kegagalan yang sangat kecil.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi, yaitu seberapa baik karakteristik standar kualitas dan desain yang dibuat dapat memenuhi kebutuhan pasar atau pelanggan.
5. Daya Tahan (*Durability*), yaitu tergantung berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
6. *Serviceability* (ketersediaan perbaikan), yaitu tersedianya perawatan apabila produk mengalami kerusakan pada saat

digunakan, merupakan indikator yang diperhatikan oleh konsumen.

7. Estetika (*esthetics*), hal ini dievaluasi berdasarkan seluruh aspek yang mempengaruhi indra konsumen. Mulai dari model hingga desain, kesan yang dibangun pada konsep produk secara keseluruhan.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*), yaitu kualitas yang dirasakan konsumen pada saat menggunakan suatu produk, dan berkaitan dengan aspek relatif seperti reputasi, citra perusahaan, dan tanggung jawab perusahaan.

#### B. Penelitian Terdahulu

**Daftar Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

NO	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel (kuantitatif)	Alat Analisis	Hasil Analisis
1	Dwi Putri Pratiwi dan Adrial Falahi. Tahun 2023	Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Desa Bangun Rejo Tanjung Marowa	X1: Sertifikasi Halal X2: Kedaras Halal Y: Keputusan Pembelian	Regresi Linear Berganda dan Pengujian dilakukan dengan uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji determinasi	Sertifikasi halal dan kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, kedua variabel X juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 67,1%,

					sedangkan 32,9% dijelaskan oleh faktor lain.
2	Resi Sutriani, Agustina Mutia, Neneng Sudharyati. Tahun 2024	Pengaruh Label Halal, dan Ctra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Wanita Muslimah Generasi Z di Kota Jambi	X1: Label Halal X2: Kesadaran Halal X3: Citra Merek Y: Keputusan Pembelian	Regresi Linear Berganda Uji t, uji F, dan uji determinasi	Semua variabel X (label halal, kesadaran halal, citra merek) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 56,1%, sedangkan 43,9% dijelaskan oleh faktor lain.
3	Pebriani Nasution. Tahun 2023	Pengaruh Sertifikat Halal terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kecamatan Barumon.	X1: Sertifikat Halal Y: Minat dan Keputusan Pembelian	Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Regresi linier sederhana.	Dari hasil uji validitas dan uji reabilitas kuesioner, setiap butir pernyataan dinyatakan valid dan reabil apabila rhitung lebih besar dari rtabel dengan nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Dan diperoleh persamaan regresi $Y = 14.185 + 1.560 X + e$ , artinya setiap peningkatan



					Sertifikat Halal sebesar 1% maka akan menyebabkan peningkatan Minat dan Keputusan Pembelian sebesar 1.560%.
4	Restu Widya Harini, M. Agus Salim, dan Arif Rachmat Slamet. Tahun 2024	Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Merek Terhadap Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Konsumen Wardah di Store Bravo Tulungagung)	X1: Kesadaran Merek X2: Kualitas Produk X3: Kepercayaan Merek Y: Pembelian Ulang	Metode statistika dengan bantuan software SPSS versi 25. Analisis deskriptif dan uji hipotesis untuk menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y	Variabel independen (X1, X2, dan X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) dengan nilai F hitung sebesar 32,576 dan nilai signifikan 0,000
5	Sonia Cipta Wahyurini dan Nurvita Trianasari. Tahun 2020.	Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah	X1: Label Halal X2: Harga Y: Keputusan Pembelian	Analisis deskriptif, Method of successive interval (MSI), dan Analisis regresi linear berganda.	Variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. Berdasarkan analisis regresi linear berganda, kedua variabel bebas tersebut berkontribusi dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
6	Lubna Nurhimmatul	Pengaruh Promosi dan	X1: Promosi	SPSS versi 26.	Variabel X1 (promosi) dan X2

	Aliyah, Asep Imron, Nanda Putri Sabrina, Mukhlisotul Jannah, dan Wahyu Hidayat. Tahun 2023	Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Kalangan Muslimah	X2: Sertifikasi Halal Y: Keputusan Pembelian		(Sertifikasi halal) memiliki pengaruh signifikan terhadap Y (keputusan pembelian) produk Wardah di kalangan Muslimah. Nilai signifikan untuk kedua variabel tersebut adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak.
7	Paska Maria dan Pandoyo. Tahun 2020.	Pengaruh Atribut Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kalangan Karyawan PT. Produk Barclay Jakarta	X1: Atribut Halal Y: Keputusan Pembelian	Analisis regresi linier sederhana.	Atribut halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Nilai signifikan untuk Atribut Halal adalah 0,000, yang menunjukkan bahwa pengaruhnya terhadap keputusan Pembelian adalah nyata pada tingkat keyakinan 99%. Koefisien regresi sebesar 0,490.
8	Fenti Mayang Sari, Andy	Pengaruh Label Halal dan Harga	X1: Label Halal X2: Harga	Analisis regresi berganda	Pengaruh antara label halal dan

	Makhrian, dan Khairil Buldani. Tahun 2018	Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah di Kalangan Mahasiswa Manajemen Universitas Bengkulu	Y: Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah		harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik Wardah adalah sebesar 17,905%. Artinya kedua variabel tersebut hanya memberikan pengaruh kecil terhadap keputusan membeli, sementara sisanya sebesar 82,095% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
9	Nur Aeni dan Maya Tri Lestari. Tahun 2021.	Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah	X1: Label Halal X2: Citra Merek X3: Harga Y: Keputusan Pembelian	Regresi linier berganda yang diolah dengan menggunakan software SPSS versi 22.	Variabel X1, X2, dan X3 memberikan kontribusi pengaruh sebesar 86,0% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya 14,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
10	Sayyidati Farichah dan Ach, Yasin. Tahun 2024	Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal Awareness, dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Konsumen Muslim dalam Membeli	X1: Sertifikasi Halal X2: Halal Awareness X3: Citra Meek Y: Keputusan Pembelian	Analisis regresi linier berganda.	Sertifikasi halal, Halal Awareness, dan Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen Muslim dalam membeli

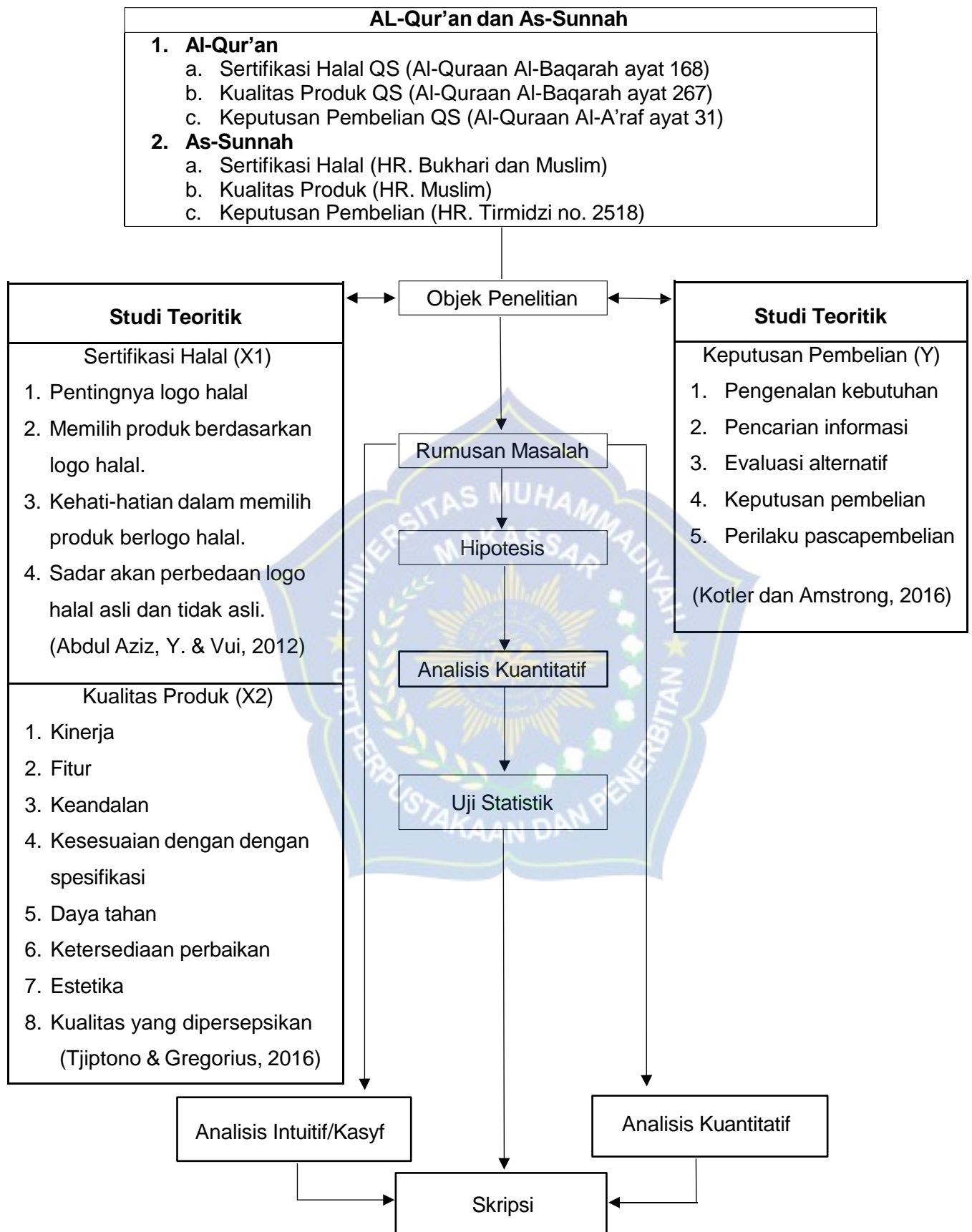
		Kosmetik Surabaya	di			kosmetik Surabaya.	di
--	--	----------------------	----	--	--	-----------------------	----

### C. Kerangka Pikir

Menurut Sugiyono (2019), kerangka pikir sebagai penjelasan teoritis tentang hubungan antar variabel yang akan diteliti. Kerangka pikir terdiri dari teori yang relevan dan temuan penelitian sebelumnya, dan dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis.

Dalam merancang kerangka pikir pada penelitian ini, peneliti mengacu pada teori perilaku konsumen serta prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menekankan pentingnya aspek kehalalan dan mutu dalam setiap transaksi. Sertifikasi halal tidak hanya dipandang sebagai bentuk kepatuhan terhadap aturan syariah, melainkan juga sebagai faktor yang membangun rasa percaya konsumen terhadap aspek keamanan dan keabsahan suatu produk. Di sisi lain, kualitas produk merepresentasikan kinerja, ketahanan, serta kemampuan produk dalam memenuhi harapan pengguna. Sinergi antara kedua variabel tersebut diyakini dapat mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian secara lebih rasional dan sesuai nilai.

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana dua variabel independen (sertifikasi halal dan kualitas produk) berpengaruh secara langsung terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk Wardah. Selain itu, penelitian ini juga menyelidiki bagaimana kedua variabel tersebut berpengaruh secara bersamaan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk Wardah.



**Gambar 2.1 Kerangka Pikir**



#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dan rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Jawaban yang diberikan bersifat sementara karena hanya didasarkan pada teori yang relevan dan bukan berdasarkan fakta empiris dari pengumpulan data. Dengan demikian hipotesis juga dapat dipahami sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah dalam penelitian (Sugiyono, 2021).

Berdasarkan teori diatas, dapat dibuat beberapa hipotesis, yaitu:

##### **1. Pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Falahi (2023), menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh besar terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang-barang. Konsumen yang menyadari pentingnya sertifikasi ini cenderung memilih barang-barang dengan label halal karena mereka merasa lebih aman dan nyaman. Menurut kajian pustaka dan penelitian sebelumnya, maka perumusan hipotesis pertama (H1) adalah:

**H1:** Sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar.

##### **2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar**

Kualitas produk adalah salah satu faktor penting yang harus diperhatikan sebelum membeli produk Wardah. Dalam penelitian

Sumaryanto et al. (2022) menunjukkan bahwa kualitas produk sangat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut. Menurut kajian pustaka dan penelitian sebelumnya, maka perumusan hipotesis kedua (H2) adalah:

**H2:** Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar.

### **3. Pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian**

Dalam penelitian Sutriani et al. (2024) yang dilakukan di Kota Jambi menunjukkan bahwa dua faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk kosmetik Wardah. Hasilnya menunjukkan bahwa Sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen, dan kualitas produk mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, yang mendorong mereka untuk kembali membeli produk tersebut. Menurut kajian pustaka dan penelitian sebelumnya, maka perumusan hipotesis ketiga (H3) adalah:

**H3:** Sertifikasi halal dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan metode deskriptif dan *explanatory research*. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi, sedangkan metode *explanatory research* untuk menjelaskan hubungan kausal (sebab-akibat) antara variabel sertifikasi halal dan kualitas produk (*variabel independen*) dan keputusan pembelian (*variabel dependen*).

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Timbuseng Kab Takalar, karena belum dapat dipastikan apakah masyarakat di wilayah ini benar-benar mempertimbangkan aspek kehalalan dan kualitas produk dalam membeli kosmetik. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk membuktikan secara kuantitatif apakah sertifikasi halal dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai bulan April 2025.

#### C. Jenis dan Sumber Data

##### 1. Jenis Data

Data dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, penelitian ini berfokus pada pengumpulan data numerik dan menggunakan metode analisis untuk menguji hipotesis dan menentukan bagaimana variabel yang diteliti berinteraksi satu sama lain. Metode ini dianggap sistematis dan objektif,

dan memungkinkan pengumpulan data yang dapat diukur, analisis statistik, dan pengambilan kesimpulan yang dapat diandalkan dari hasil analisis (Susanto et al., 2024).

## 2. Sumber Data

### a. Data primer

Data primer diperoleh langsung dari responden melalui metode wawancara dan pengisian kuesioner (*google form*) kepada konsumen produk Wardah di Desa Timbuseng, Kab Takalar. Data ini berisi pendapat responden mengenai pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk terhadap tingkat kesadaran konsumen dalam memilih dan membeli produk Wardah.

### b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung seperti jurnal, buku, artikel ilmiah, laporan, dan dokumen lain yang relevan. Data ini mencakup teori dan penelitian terdahulu mengenai sertifikasi halal, kualitas produk, dan kesadaran konsumen.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah suatu lokasi umum yang terdapat objek dan subjek yang jumlah dan ciri-cirinya ditentukan oleh peneliti agar peneliti dapat melakukan penelitian dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2021). Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat di Desa Timbuseng Kab Takalar yang pernah membeli dan menggunakan produk Wardah, berjenis kelamin perempuan dan beragama Islam dengan usia 17-50 tahun dengan jumlah 450.

mg II	Tanasambayang	Bontobaddo	Timbuseng I	Sheet2	JUMLAH PEREMPUAN
	A	B	C	D	E
1	No	Dusun	Jumlah Perempuan		
2	1	Timbuseng 1	55		
3	2	Timbuseng 2	51		
4	3	Sauleya	65		
5	4	Tanasambayang	98		
6	5	Bonto. Baddo	59		
7	6	Panaikang 1	37		
8	7	Panaikang 2	85		
9		Jumlah Total	450		

Sumber: Data Penduduk Desa Timbuseng Tahun 2024 (data diolah)

## 2. Sampel

Sampel penelitian diambil dari populasi tersebut dengan menggunakan *sampling*. Metode yang digunakan yaitu *purposive sampling*, dimana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu:

- Konsumen adalah penduduk di Desa Timbuseng.
- Konsumen pernah membeli dan menggunakan produk Wardah.
- Konsumen yang bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar 5%

Rumus Slovin:

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

Di mana:

$n$  = jumlah sampel

$N$  = jumlah populasi

$e$  = margin of error (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 5%).

Dengan  $N = 450$  dan  $e = 0,05$ , maka:

$$n = \frac{450}{1 + 450 (0,05)^2} = \frac{450}{1 + 450(0,0025)} = \frac{450}{1 + 1,125} = \frac{450}{2,125} = 211,76 = 212 \text{ orang}$$



Setelah dibulatkan, jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 212 orang.

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner (*Angket*)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyajikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang lebih efisien ketika peneliti mengetahui secara pasti variabel apa yang diukur dan apa yang diharapkan dari responden. Selain itu, metode ini juga sesuai digunakan jika cakupan responden cukup luas (Sugiyono, 2021). Pada penelitian ini kuesioner akan disebar melalui *google form* kepada responden yang menggunakan produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert untuk menilai persepsi dan tingkat kesadaran konsumen terhadap variabel yang diteliti dan diberi bobot jawaban sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Skor Jawaban Responden**

Skor	Skala	Kode
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Netral	N
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

### 2. Observasi

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi digunakan apabila penelitian mengenai perilaku manusia, proses kerja atau fenomena

alam dan jumlah responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini, observasi dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap aspek-aspek yang menjadi objek penelitian, dengan diawali wawancara sebagai studi pendahuluan kepada salah satu masyarakat di Desa Timbuseng Kab Takalar yang memiliki pengetahuan tentang produk halal. Dari hasil wawancara, peneliti menyimpulkan adanya masalah, yaitu kurangnya kesadaran terhadap halal serta kurangnya pemahaman tentang pentingnya produk bersertifikasi halal dalam keputusan pembelian produk halal. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk meneliti permasalahan tersebut.

### 3. Dokumentasi

Data pendukung diperoleh melalui dokumen seperti arsip dan laporan terkait yang memuat informasi produk Wardah, sertifikasi halal, dan trend penggunaan produk halal. Penelitian ini lebih valid bila didukung oleh foto atau karya tulis akademik serta karya seni yang telah ada. Dalam hal ini peneliti memperoleh data spesifik yang menggambarkan produk halal secara umum, bagaimana produk halal di Indonesia dan data pendukung lainnya.

## F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional untuk variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Variabel Independen / Bebas (X)

Variabel independen adalah variabel yang tidak terikat dan berfungsi sebagai faktor penyebab dalam suatu penelitian, yang dapat memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya

variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini variabel independennya antara lain: Sertifikasi Halal (X1), Kualitas Produk (X2).

a. Sertifikasi Halal (X1)

Sertifikasi halal adalah status sertifikasi yang menunjukkan bahwa suatu produk memenuhi standar halal berdasarkan hukum Islam. Produk Wardah yang bersertifikat halal mencakup beberapa jenis produk, seperti skincare, kosmetik (lipstik, lip cream, foundation, bedak tabur, bedak padat), sunscreen, dan produk lainnya.

Batasan Variabel:

1. Sertifikasi halal yang diukur adalah sertifikasi yang telah diverifikasi oleh lembaga yang berwenang (seperti MUI atau lembaga halal internasional).
2. Variabel ini hanya mengukur produk Wardah yang memiliki sertifikasi halal resmi seperti skincare, kosmetik, sunscreen, atau produk kecantikan lainnya.
3. Produk tanpa sertifikasi halal atau klaim halal yang belum terverifikasi tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

b. Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk mengacu pada seberapa baik suatu produk memenuhi harapan konsumen dalam hal bahan, efektivitas, keamanan, dan kenyamanan. Dalam penelitian ini, kualitas produk diukur berdasarkan persepsi konsumen terhadap berbagai jenis produk seperti skincare, kosmetik (lipstik, lip cream, foundation, bedak tabur, bedak padat), sunscreen, dan produk kecantikan lainnya. Kualitas juga mencakup faktor keberhasilan suatu produk dalam memenuhi

kebutuhan atau tujuan penggunaan (misalnya, perlindungan kulit dari sinar UV, daya tahan lipstik, dan lain-lain).

Batasan Variabel:

1. Kualitas yang diukur merupakan persepsi konsumen terhadap produk Wardah, baik skincare, kosmetik (lipstik, lip cream, foundation, bedak tabur, bedak padat), sunscreen, juga produk lainnya.
2. Kualitas diukur menurut pengalaman konsumen terhadap aspek misalnya daya tahan, keamanan, efektivitas, dan kenyamanan produk pada penggunaan sehari-hari.
3. Tidak hanya fokus dalam satu kategori produk, namun seluruh produk Wardah yang dipakai konsumen pada penelitian ini.

## **2. Variabel Dependen / Terikat (Y)**

Menurut Sugiyono (2022), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel independen. Ini menunjukkan hubungan sebab-akibat dalam penelitian. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah Keputusan Pembelian (Y).

Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen dalam memilih dan membeli produk Wardah dengan mempertimbangkan sertifikasi halal dan kualitas produk. Keputusan ini tidak hanya mencakup pembelian produk skincare, tetapi juga kosmetik seperti (lipstik, lip cream, foundation, bedak tabur, bedak padat), sunscreen, dan lainnya. Keputusan ini dapat berupa rencana untuk membeli atau pembelian yang telah dilakukan.

Batasan Variabel:

1. Keputusan pembelian yang diukur meliputi seluruh produk Wardah yang dibeli konsumen, baik skincare, kosmetik, sunscreen, dan produk kecantikan lainnya.
2. Keputusan pembelian mencakup apakah konsumen memutuskan untuk membeli produk Wardah setelah mempertimbangkan aspek kehalalan dan kualitasnya, baik pada bentuk niat maupun pembelian yang sudah dilakukan.
3. Keputusan pembelian dapat diukur melalui wawancara atau kuesioner tentang pengalaman konsumen dalam membeli produk Wardah secara keseluruhan.

#### **G. Metode Analisis Data**

##### **1. Uji Instrumen Penelitian**

###### **a. Uji Validitas**

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam hal ini, validitas mencerminkan tingkat keakuratan suatu instrumen dalam merepresentasikan konsep yang sedang diteliti (Sugiyono, 2021).

###### **b. Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas berfungsi untuk menilai konsistensi suatu instrumen dalam mengumpulkan data. Sebuah instrumen dianggap reliabel apabila hasil pengukuran yang dilakukan berulang kali terhadap objek yang sama menghasilkan hasil yang konsisten (Arianto, S, 2020).

##### **2. Uji Asumsi Klasik**

###### **a. Uji Normalitas**



Uji normalitas berfungsi untuk mengevaluasi apakah data residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Pentingnya uji ini terletak pada fakta bahwa asumsi dasar dalam regresi linear klasik mensyaratkan bahwa data residual harus memiliki sifat normal (Ghozali, I, 2018).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dalam model regresi. Kehadiran korelasi yang tinggi ini dapat mengganggu estimasi koefisien regresi (Ghozali, I, 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menilai apakah ada ketidaksamaan varians pada residual antara satu pengamatan dan pengamatan lainnya. Dalam analisis regresi yang baik, kondisi ini harus dihindari, sehingga diharapkan adanya homoskedastisitas (Ghozali, I, 2018).

3. Teknik Analisis Data

- a. Analisis Regresi Linear Berganda: Untuk mengukur pengaruh sertifikasi halal (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Model regresi:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

$X_1$  = Sertifikasi halal

$X_2$  = Kualitas produk

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien regresi masing-masing variabel independen

$e$  = Error term

## H. Uji Hipotesis

### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah dengan cara membandingkan nilai  $t$ -hitung dan  $t$ -tabel.

Jika  $t$ -hitung  $> t$ -tabel dan nilai signifikan  $< 0,05$ , maka hipotesis diterima (artinya variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial).

### 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen dengan cara membandingkan nilai  $F$ -hitung dan  $F$ -tabel.

Jika  $F$ -hitung  $> F$ -tabel dan nilai signifikan  $< 0,05$ , maka hipotesis diterima (artinya variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan).

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi mengukur seberapa besar variabel independen (sertifikasi halal dan kualitas produk) mampu menjelaskan variabel dependen (keputusan pembelian).

Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 menunjukkan bahwa model regresi memiliki tingkat penjelasan yang tinggi



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Desa Timbuseng Kabupaten Takalar**

Desa Timbuseng terletak di Kecamatan Polongbangkeng Utara, Kabupaten Takalar, Provinsi Sulawesi Selatan. Dengan aspek permukayaan wilayah ini cenderung datar, desa ini sebagian besar digunakan untuk pertanian dan pemukiman. Letaknya yang tidak jauh dari pusat kabupaten menjadikannya strategis dalam akses terhadap berbagai produk dan layanan. Pemerintah desa pun menunjukkan atifitas yang signifikan dalam mengembangkan potensi lokal serta mendukung kegiatan ekonomi masyarakat melalui berbagai program pemberdayaan.

Penduduk Desa Timbuseng merupakan masyarakat Muslim yang secara budaya dan religius memegang teguh nilai-nilai syariah dalam kehidupan sehari-hari. Dengan jumlah penduduk sekitar 2.028 jiwa, mayoritas di antaranya berada pada usia produktif, terutama perempuan berusia 17 sampai 50 tahun. Dalam konteks penelitian ini, kelompok tersebut menjadi populasi utama yang relevan, karena mereka merupakan pengguna aktif produk kosmetik dan skincare.

Secara umum, kondisi ekonomi masyarakat di Desa Timbuseng bisa dikategorikan sebagai menengah ke bawah. Sebagian besar penduduk bekerja sebagai petani, buruh harian, pedagang kecil, atau ibu rumah tangga. Namun, terdapat perkembangan positif berupa peningkatan kesadaran konsumtif di kalangan perempuan, khususnya dalam hal

perawatan diri. Hal ini sejalan dengan temuan oleh Sumaryanto et al. (2022), yang menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap produk kosmetik halal juga mengalami peningkatan di kalangan masyarakat dengan pendapatan menengah, terutama dipengaruhi oleh faktor kepercayaan dan citra merek.

Meskipun mayoritas penduduk Desa Timbuseng beragam Islam, kesadaran mereka akan pentingnya penggunaan produk bersertifikat halal masih rendah. Menurut Wilson dan Liu (2021), sertifikasi halal tidak hanya memiliki relevansi bagi konsumen Muslim, tetapi juga dapat meningkatkan kredibilitas merek di pasar global. Oleh karena itu, edukasi tentang halal menjadi sangat penting bagi masyarakat.

Produk Wardah dapat dengan mudah diakses oleh penduduk Desa Timbuseng. Masyarakat dapat menemukan produk ini di berbagai tempat, mulai dari toko kosmetik lokal, minimarket, hingga melalui penjualan online melalui reseller. Akses yang mudah ini tentu memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh berbagai produk kecantikan sesuai dengan kebutuhan mereka. Beberapa kategori produk yang paling sering digunakan oleh masyarakat antara lain skincare, lipstick, bedak tabur, dan sunscreen.

Sebagian besar responden dalam penelitian menyatakan bahwa mereka menggunakan produk Wardah karena merek ini dikenal sebagai produk kosmetik halal pertama di Indonesia yang telah mendapatkan sertifikasi dari MUI. Selain itu, masyarakat menilai kualitas produk Wardah cukup baik, mulai dari daya tahannya, kenyamanan saat digunakan, kemasan yang menarik, hingga harga yang masih terjangkau. Meskipun



demikian, masih ada tantangan dalam meningkatkan literasi masyarakat untuk membedakan antara logo halal yang resmi dan yang palsu, serta kurangnya kesadaran akan pentingnya logo halal sebagai faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian.

Desa Timbuseng merupakan lokasi yang tepat untuk dijadikan objek penelitian karena mencerminkan realitas masyarakat pedesaan yang masih belum sepenuhnya memahami pentingnya produk halal berkualitas. Penelitian ini bertujuan tidak hanya untuk mengeksplorasi pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, tetapi juga untuk menunjukkan bahwa edukasi konsumen sangatlah penting. Dengan demikian, nilai-nilai halal dapat diterapkan secara lebih luas, termasuk dalam sektor kosmetik.

## **B. Penyajian Data Hasil Penelitian**

### **1. Uji Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan secara keseluruhan karakteristik data yang diperoleh dari penelitian ini. Statistik deskriptif memiliki peran untuk menyajikan gambaran keseluruhan mengenai ciri-ciri responden yang terlibat dalam pengisian kuesioner ini. Di bawah ini adalah penjelasan tentang data responden yang meliputi tentang usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan produk Wardah yang sering digunakan.

#### **a. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia**

Berikut tabel data diri responden berdasarkan usia:

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 25 Tahun	130	61.3	61.3	61.3
	26 - 35 Tahun	54	25.5	25.5	86.8
	36 - 45 Tahun	22	10.4	10.4	97.2
	46 - 50 Tahun	6	2.8	2.8	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

*Sumber: Data diolah (2025)*

Berdasarkan tabel di atas, sebagian besar responden berasal dari kelompok usia muda, yaitu antara 17 – 25 tahun sebanyak 130 orang atau sebesar 61,3% dari keseluruhan responden. Selanjutnya, responden dengan usia 26 – 35 tahun sebanyak 54 orang atau sebesar 25,5%. Kemudian, responden dengan usia 36 – 45 tahun sebanyak 22 orang atau sebanyak 10,4%, dan sisanya dengan usia 46 – 40 tahun sebanyak 6 orang atau sebesar 2,8%. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari kalangan muda dan usia produktif awal, yang biasanya aktif menggunakan produk kecantikan serta menunjukkan minat terhadap kualitas dan sertifikasi produk, termasuk produk Wardah.

b. Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut tabel data diri berdasarkan pendidikan terakhir:

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	8	3.8	3.8	3.8
	SMA/SMK	122	57.5	57.5	61.3
	Diploma/S1	79	37.3	37.3	98.6
	> S2	3	1.4	1.4	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

*Sumber: Data diolah (2025)*

Berdasarkan tabel di atas, sebagian besar responden berasal dari latar belakang pendidikan SMA/SMK, yaitu sebanyak 122 orang atau sebesar 57,5%. Selanjutnya, dengan pendidikan Diploma/S1 sebanyak 79 orang atau sebesar 37,3%, kemudian dengan pendidikan SMP sebanyak 8 orang atau sebesar 3,8%, dan sisanya >S2 3 orang atau sebesar 1,4%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan yang menengah hingga tinggi, yang membantu mereka memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai aspek halal serta kualitas produk saat membuat keputusan pembelian.

c. Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut tabel data diri berdasarkan pekerjaan:

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	94	44.3	44.3	44.3
	Ibu Rumah Tangga	52	24.5	24.5	68.9
	Pegawai Swasta	24	11.3	11.3	80.2

Wiraswasta	7	3.3	3.3	83.5
Honorer	10	4.7	4.7	88.2
PNS	5	2.4	2.4	90.6
Pengangguran	6	2.8	2.8	93.4
Perawat	2	.9	.9	94.3
Karyawan honorer	4	1.9	1.9	96.2
Tenaga kesehatan	3	1.4	1.4	97.6
Bidan	1	.5	.5	98.1
Staf kantor desa	1	.5	.5	98.6
Guru honorer	2	.9	.9	99.5
Karyawan swasta	1	.5	.5	100.0
Total	212	100.0	100.0	

*Sumber: Data diolah (2025)*

Berdasarkan tabel 4.3, sebagian besar pekerjaan adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 94 orang atau sebesar 44,34%. Selanjutnya Ibu Rumah Tangga sebanyak 52 orang atau sebesar 24,5%, dan pegawai swasta sebanyak 24 orang atau sebesar 11,3%. Sisa responden berasal dari profesi lain seperti honorer, wiraswasta, PNS, dan tenaga kesehatan. Hal ini menunjukkan bahwa para responden memiliki beragam jenis pekerjaan, tetapi sebagian besar produk Wardah sangat diminati di kalangan usia sekolah dan perkuliahan.

d. Deskriptif Responden Berdasarkan Produk Wardah yang Sering Digunakan

Berikut tabel data diri berdasarkan produk yang sering digunakan:

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Wardah yang Sering Digunakan**

Produk Wardah yang Sering Digunakan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Skincare (facial wash, micellar water, toner, serum moisturizer)	72	34.0	34.0	34.0
	Kosmetik (lipstik, lip cream, foundation, bedak tabur, bedak padat)	92	43.4	43.4	77.4
	Sunscreen	48	22.6	22.6	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, produk Wardah yang paling banyak digunakan oleh responden yaitu produk kosmetik sebanyak 92 orang atau sebesar 43,40%, kemudian, produk skincare digunakan sebanyak 72 orang atau sebesar 34,0%, dan sunscreen sebanyak 48 orang atau sebesar 22,6%. Hal ini menandakan bahwa kebutuhan utama terhadap produk Wardah adalah untuk keperluan tata rias.

#### e. Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai respon responden terhadap masing-masing variabel dalam penelitian ini, yaitu Sertifikasi Halal (X1), Kualitas Produk (X2), serta Keputusan Pembelian (Y). Data hasil analisis disajikan dalam bentuk distribusi frekuensi, presentase, nilai minimum dan maksimum, rata-rata (mean), serta standar deviasi. Adapun hasil deskriptif dari setiap variabel dapat dilihat pada penjelasan berikut:



**Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Varabel Sertifikasi Halal (X1)**

No	Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X1.1	99	46.7	76	35.8	29	13.7	4	1.9	4	1.9	212	100
2	X1.2	82	38.7	93	43.9	32	15.1	3	1.4	2	0.9	212	100
3	X1.3	79	37.3	71	35.5	46	21.7	13	6.1	3	1.4	212	100
4	X1.4	52	24.5	69	32.5	36	17.0	40	18.9	15	7.1	212	100
5	X1.5	60	28.3	82	38.7	52	24.5	16	7.5	2	0.9	212	100
6	X1.6	83	39.2	67	31.6	50	23.6	11	5.2	1	0.5	212	100
7	X1.7	46	21.7	68	32.1	47	22.2	41	19.3	10	4.7	212	100

Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)

**Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2)**

No	Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X2.1	64	30.2	108	50.9	37	17.5	2	0.9	1	0.5	212	100
2	X2.2	51	24.1	115	54.2	43	20.3	1	0.5	2	0.9	212	100
3	X2.3	54	25.5	91	42.9	58	27.4	9	4.2	0	0	212	100
4	X2.4	41	19.3	98	46.2	60	28.3	13	6.1	0	0	212	100
5	X2.5	50	23.6	110	51.9	46	21.7	6	2.8	0	0	212	100
6	X2.6	46	21.7	95	44.8	64	30.2	4	1.9	3	1.4	212	100
7	X2.7	52	24.5	122	57.5	35	16.5	2	0.9	1	0.5	212	100
8	X2.8	59	27.8	69	32.5	58	27.4	25	11.8	1	0.5	212	100
9	X2.9	46	21.7	103	48.6	52	24.5	10	4.7	1	0.5	212	100
10	X2.10	28	13.2	84	39.6	69	32.5	30	14.2	1	0.5	212	100
11	X2.11	39	18.4	96	45.3	57	26.9	19	9.0	1	0.5	212	100
12	X2.12	45	21.2	115	54.2	42	19.8	8	3.8	2	0.9	212	100
13	X2.13	39	18.4	118	55.7	49	23.1	3	1.4	3	1.4	212	100
14	X2.14	57	26.9	112	52.8	40	18.9	1	0.5	2	0.9	212	100
15	X2.15	54	25.5	87	41.0	49	23.1	19	9.0	3	1.4	212	100

Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)

**Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

No	Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y1	50	23.6	107	50.5	51	24.1	1	0.5	3	1.4	212	100
2	Y2	57	26.9	126	59.4	19	9.0	9	4.2	1	0.5	212	100
3	Y3	91	42.9	92	43.4	21	9.9	6	2.8	2	0.9	212	100
4	Y4	66	31.1	102	48.1	30	14.2	11	5.2	3	1.4	212	100
5	Y5	55	25.9	98	46.2	52	24.5	5	2.4	2	0.9	212	100

6	Y6	38	17.9	58	27.4	48	22.6	34	16.0	34	16.0	212	100
7	Y7	61	28.8	80	37.7	58	27.4	11	5.2	2	0.9	212	100
8	Y8	48	22.6	109	51.4	53	25.0	1	0.5	1	0.5	212	100
9	Y9	61	28.8	113	53.3	32	15.1	5	2.4	1	0.5	212	100

*Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden memberikan tanggapan yang positif terhadap sejumlah pernyataan dalam kuesioner untuk variabel Sertifikasi Halal (X1), Kualitas Produk (X2), dan Keputusan Pembelian (Y). Adapun jumlah no item atau pernyataan dari variabel Sertifikasi Halal sebanyak 7, variabel Kualitas Produk sebanyak 15, dan variabel Keputusan Pembelian sebanyak 9. F dalam tabel tersebut merupakan frekuensi atau jumlah responden yang memilih masing-masing alternatif jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Hasil distribusi frekuensi tersebut memberikan gambaran bahwa mayoritas responden cenderung menyatakan persetujuan terhadap pernyataan yang diberikan.

## 2. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menentukan sejauh mana suatu kuesioner dapat dianggap sah atau valid. Sebuah kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu mengungkapkan konsep atau variabel yang ingin diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 212 responden. Suatu pernyataan dianggap valid jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hasil dari uji validitas untuk variabel sertifikasi halal dapat dilihat pada tabel 4.8:

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Sertifikasi Halal**

No pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,738	0,1348	Valid
2	0,758	0,1348	Valid
3	0,793	0,1348	Valid
4	0,646	0,1348	Valid
5	0,798	0,1348	Valid
6	0,805	0,1348	Valid
7	0,685	0,1348	Valid

Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel sertifikasi halal valid. Hal ini disebabkan oleh nilai r hitung pada setiap item pernyataan yang lebih besar daripada r tabel, yaitu 0,1348.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk**

No Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,700	0,1348	Valid
2	0,666	0,1348	Valid
3	0,712	0,1348	Valid
4	0,655	0,1348	Valid
5	0,651	0,1348	Valid
6	0,730	0,1348	Valid
7	0,593	0,1348	Valid
8	0,748	0,1348	Valid
9	0,714	0,1348	Valid
10	0,571	0,1348	Valid
11	0,693	0,1348	Valid
12	0,501	0,1348	Valid
13	0,619	0,1348	Valid
14	0,693	0,1348	Valid
15	0,727	0,1348	Valid

Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel kualitas produk valid. Hal ini disebabkan oleh

nilai  $r$  hitung pada setiap item pernyataan yang lebih besar daripada  $r$  tabel, yaitu 0,1348.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian**

No Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,716	0,1348	Valid
2	0,611	0,1348	Valid
3	0,583	0,1348	Valid
4	0,473	0,1348	Valid
5	0,777	0,1348	Valid
6	0,705	0,1348	Valid
7	0,776	0,1348	Valid
8	0,657	0,1348	Valid
9	0,583	0,1348	Valid

*Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)*

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel keputusan pembelian valid. Hal ini disebabkan oleh  $r$  hitung pada setiap item pernyataan yang lebih besar daripada  $r$  tabel, yaitu 0,1348.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengevaluasi keandalan instrumen dalam sebuah penelitian, memastikan apakah instrumen tersebut dapat dipercaya. Reliabilitas mencerminkan konsistensi alat ukur saat menilai gejala yang serupa. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan SPSS 25, dengan mengacu pada nilai *Cronbach's Alpha*. Sebuah kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .

**Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Sertifikasi Halal**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.856	7

*Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)*

**Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	15

*Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)*

**Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.825	9

*Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)*

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel independen dan dependen dalam penelitian ini, yang mencakup Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian, memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel tersebut dapat dinyatakan sebagai reliabel.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data residual dalam model regresi terdistribusi normal. Dalam pengujian ini, digunakan metode *One Sampel Kolmogorov-Smirnov Test* (K-S). Kriteria pengambilan keputusan menyatakan bahwa apabila nilai

signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) lebih besar dari 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		212
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.93705269
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.046
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

*Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)*

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,087, yang berarti nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, kita dapat menyimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

#### d. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam sebuah model regresi. Idealnya, dalam model regresi, variabel independen seharusnya tidak



saling berkorelasi atau mengalami gejala multikolinieritas. Untuk mendeteksi keberadaan multikolinieritas dalam model regresi, kita dapat memeriksa nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF). Sebagai acuan, jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat dianggap bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas. Adapun nilai *tolerance* dan VIF dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.532	1.450		4.506	.000		
	X1	.300	.062	.301	4.817	.000	.400	2.503
	X2	.354	.039	.566	9.076	.000	.400	2.503
a. Dependent Variable: Y								

Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)

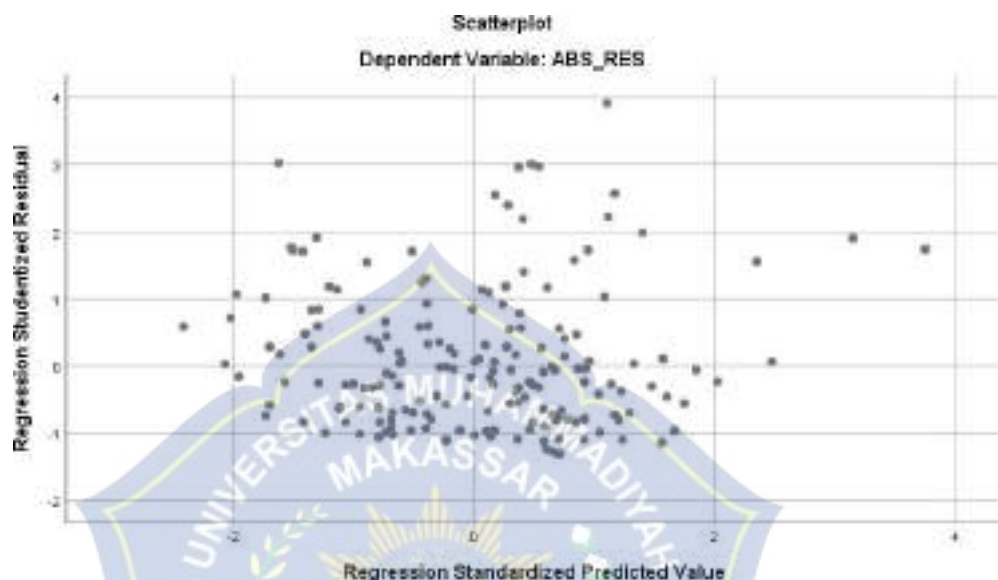
Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel X1 (Sertifikasi Halal) dan X2 (Kualitas Produk) adalah 0,400. Kedua variabel ini memiliki nilai *tolerance* > 0,10, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat gejala multikolinieritas. Selain itu, nilai VIF untuk variabel X1 (Sertifikasi Halal) dan X2 (Kualitas Produk) sebesar 2,503. Kedua variabel tersebut menunjukkan nilai VIF < 10,00.

e. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastitas dilakukan untuk mendeteksi adanya ketidaksamaan varians dari residual pada setiap nilai prediktor dalam model regresi. Pentingnya uji ini terletak pada fakta bahwa

heteroskedastitas dapat mengakibatkan estimasi parameter yang tidak efisien (Ghozali, 2021).

**Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastitas Scatterplot**



*Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)*

Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik residual tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, baik yang melebar maupun yang menyempit. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastitas, sehingga kita dapat menyimpulkan bahwa model terbebas dari gejala heteroskedastitas.

f. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan dan memprediksi pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), serta mengukur sejauh mana Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk memengaruhi Keputusan Pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng Kabupaten Takalar. Hasil analisis linear berganda pada tabel 4.16:

**Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.532	1.450		4.506	.000
	X1	.300	.062	.301	4.817	.000
	X2	.354	.039	.566	9.076	.000

a. Dependent Variable: Y

*Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)*

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,532 + 0,300 X_1 + 0,354 X_2 + e$$

Keterangan:

1. Nilai konstanta sebesar 6,532 menunjukkan bahwa jika variabel Sertifikasi Halal (X1) dan Kualitas Produk (X2) dianggap konstan, maka nilai Keputusan Pembelian (Y) adalah 6,532
2. Koefisien variabel Sertifikasi Halal (X1) yang bernilai 0,300 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam Sertifikasi Halal akan berkontribusi meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,300 satuan.
3. Koefisien variabel Kualitas Produk (X2) yang bernilai 0,354 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam Kualitas Produk akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,354 satuan.

g. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.17:

**Tabel 4.17 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.532	1.450		4.506
	X1	.300	.062	.301	4.817
	X2	.354	.039	.566	9.076

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, sehingga tahapan berikutnya yaitu menetapkan nilai t tabel. Adapun perhitungan penentuan t tabel dirumuskan sebagai berikut:

$$Df = n - k$$

$$Df = 212 - 3$$

$$Df = 209$$

Tingkat kepercayaan 5% atau 0,05

Sehingga diperoleh nilai t tabel sejumlah = 1,971

Pada hasil uji t diatas sehingga diperoleh kesimpulan adalah:

1. Variabel Sertifikasi Halal (X1), memiliki nilai t hitung yaitu 4,817 > t tabel 1,971. Selain itu, nilai signifikansi yang didapatkan adalah 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel Sertifikasi Halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng, Kabupaten Takalar.

2. Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ), memiliki nilai  $t$  hitung yaitu  $9,076 > t$  tabel  $1,971$ . Selain itu, nilai signifikansi yang didapatkan adalah  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng, Kabupaten Takalar.

h. Uji Simultan (F)

Uji F dilakukan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Hasil Uji F dapat dilihat pada tabel 4.18:

**Tabel 4.18 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3777.723	2	1888.862	216.890	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1820.145	209	8.709		
	Total	5597.868	211			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), $X_2$ , $X_1$						

Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)

Berdasarkan hasil Uji F pada tabel diatas, nilai signifikan yang diperoleh adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F$  hitung  $216,890 > F$  tabel  $3,039$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng, Kabupaten Takalar.

i. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi atau  $R^2$  bertujuan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini, pengaruh variabel Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel 4.19:

**Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 <sup>a</sup>	.675	.672	2.95107
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

*Sumber: data hasil SPSS 25 (2025)*

Berdasarkan tabel diatas, koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,675 menunjukkan bahwa sebesar 67,5% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk dan sisanya yaitu 32,5%, berasal dari faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Selain itu, hubungan antara kedua variabel tersebut dengan Keputusan Pembelian tergolong kuat dengan nilai R sebesar 0,821.

### C. Pembahasan

Hasil penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diketahui bahwa secara parsial maupun simultan kedua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memperkuat teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor,



baik faktor psikologis, sosial, maupun kultural (Kotler & Armstrong, 2016). Dalam konteks masyarakat Muslim, faktor religiusitas dan kehalalan produk menjadi penentu utama selain aspek fungsional dari produk itu sendiri.

Data karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia 21-25 tahun. Kelompok usia ini termasuk dalam kategori dewasa awal, dimana individu mulai aktif membangun identitas diri, termasuk dalam gaya hidup dan preferensi konsumsi. Konsumen pada usia ini umumnya memiliki tingkat kesadaran yang cukup tinggi terhadap kualitas dan citra produk yang mereka gunakan, sekaligus memiliki kepekaan religius dalam memastikan kehalalan produk. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian kosmetik Wardah di kalangan usia muda tidak hanya didorong oleh tren kecantikan, tetapi juga oleh pertimbangan syarat.

Responden menyatakan bahwa mereka membeli produk Wardah karena adanya jaminan sertifikasi halal yang jelas pada setiap produknya. Label halal yang tercantum pada kemasan dianggap sangat penting karena memberikan rasa aman dan ketenangan batin dalam penggunaan produk kosmetik. Kualitas produk juga menjadi alasan kuat dalam keputusan pembelian. Mereka merasa puas dengan formaulasi produk yang sesuai dengan jenis kulit, tekstur yang nyaman, serta hasil yang dirasakan setelah pemakaian. Keunggulan kualitas tersebut mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh bahwa sertifikasi halal dan kualitas produk berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar. Secara parsial, sertifikasi halal ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t$  hitung sebesar

4,817 > t tabel 1,971 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sedangkan kualitas produk (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 9,076 > t tabel 1,971 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Secara simultan, kedua variabel tersebut juga terbukti berpengaruh signifikan dengan nilai F hitung sebesar 216,890 > F tabel 3,039 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Hasil ini memperlihatkan bahwa baik kehalalan maupun kualitas produk merupakan faktor dominan yang mendorong keputusan pembelian konsumen Muslim di Desa Timbuseng. Temuan ini selaras dengan teori perilaku konsumen (*consumer behavior*) yang menegaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor psikologis (motivasi, persepsi, keyakinan), faktor sosial (kelompok referensi, keluarga, komunitas), serta faktor kultural (agama, nilai, tradisi) (Kotler & Armstrong, 2026). Dalam konteks masyarakat Muslim, sertifikasi halal menjadi bagian dari faktor kultural dan religius yang memengaruhi pola konsumsi, sementara kualitas produk masuk dalam faktor psikologis karena terkait dengan kepuasan dan persepsi konsumen terhadap manfaat produk.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Pratiwi & Falahi (2023) yang berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Marowa” yang menunjukkan bahwa sertifikasi halal merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian produk kosmetik, terutama di kalangan konsumen Muslim. Penelitian Sumaryanto et al. (2022) dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah” juga menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian Putri

dan Rahmawati (2020) yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan pada Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah” yang menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap sertifikasi halal memiliki kontribusi yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal di kalangan generasi milenial Muslim.

Dalam perspektif ekonomi Islam, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya prinsip *halalan thayyiban* dalam perilaku konsumsi. Sertifikasi halal mencerminkan kepatuhan produsen terhadap syariat dan memberi ketenangan kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Baqarah/2:168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الرِّزْقِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

مُبِينٌ

Terjemahnya:

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu.” (QS Al-Baqarah/2: 168)

Maksud dari ayat di atas adalah menekankan betapa pentingnya untuk memilih makanan dan produk yang tidak hanya halal, tetapi juga baik. Hal ini menjadi dasar bagi perlunya sertifikasi halal, yang bertujuan untuk memastikan kehalalan produk yang kita konsumsi.

Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat untuk dijadikan alat pengumpulan data. Seluruh item pernyataan memiliki nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel, sehingga dinyatakan valid, sementara nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel lebih besar dari 0,70 yang berarti instrumen reliabel. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan cukup kuat dan dapat dipercaya,

sehingga data yang diperoleh dalam penelitian ini mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Keberhasilan instrumen ini dalam memenuhi syarat validitas dan reliabilitas mendukung integritas data penelitian dan menjadi landasan kuat bagi analisis berikutnya.

Uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal sehingga memenuhi salah satu prasyarat penting dalam analisis regresi linear. Uji linearitas juga membuktikan bahwa hubungan antara sertifikasi halal, kualitas produk, dan keputusan pembelian adalah linear, sehingga pengaruh variabel-variabel tersebut dapat dianalisis secara langsung dan proposional. Hasil scatterplot menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas, yang berarti model regresi yang digunakan bebas dari gangguan varian residual yang tidak konstan. Dengan terpenuhinya asumsi-asumsi klasik ini, maka model regresi berganda layak digunakan sebagai alat analisis.

Nilai R Square sebesar 0,675 menunjukkan bahwa 67,5% variasi keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng dapat dijelaskan oleh variabel sertifikasi halal dan kualitas produk. Hal ini berarti model regresi yang digunakan dalam penelitian ini cukup baik dalam memprediksi perilaku konsumen, karena sebagian besar perubahan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut. Sementara itu, sisanya sebesar 32,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini, seperti faktor harga, promosi, rekomendasi sosial, gaya hidup, serta pengaruh tren kecantikan yang tidak diobservasi secara langsung.

Temuan ini memperlihatkan bahwa sertifikasi halal dan kualitas produk memang menjadi faktor dominan yang membentuk keputusan pembelian konsumen Muslimah. Label halal yang melekat pada Wardah berperan

sebagai stimulus religius yang memengaruhi kepercayaan, sementara kualitas produk berfungsi sebagai stimulus rasional yang memberikan kepuasan. Kombinasi keduanya menjadikan konsumen lebih yakin dan mantap dalam melakukan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Putri dan Rahmawati (2020) yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan pada Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah” yang menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap sertifikasi halal memiliki kontribusi yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal di kalangan generasi milenial Muslim. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa logo halal bukan sekedar simbol, melainkan merupakan faktor krusial yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Fitriani dan Nugroho (2021) juga menemukan bahwa kualitas produk memainkan peran yang sangat penting dalam memengaruhi keputusan pembelian kosmetik, terutama di kalangan wanita muda. Kualitas tersebut mencakup faktor-faktor seperti keamanan bahan, kenyamanan saat digunakan, serta daya tahan produk, yang semuanya berkontribusi pada kecenderungan untuk melakukan pembelian berulang.

Penelitian yang dilakukan oleh Maharani dan Rahayu (2020) menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung memilih produk yang tidak hanya memiliki kualitas fisik yang baik, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai keagamaan mereka. Dengan demikian, adanya sertifikasi halal dapat meningkatkan loyalitas terhadap merek tersebut.

Kombinasi antara kualitas dan kehalalan produk menjadi kekuatan utama bagi Wardah di pasar. Produk-produk yang memenuhi kedua aspek ini



tidak hanya menawarkan fungsi fisik, tetapi juga memberikan rasa aman dan nyaman secara spritual. Pandangan Putri dan Rahmawati (2022) mendukung hal ini, yang menyatakan bahwa konsumen Muslim cenderung lebih tertarik pada produk yang dapat memenuhi kebutuhan praktis sekaligus nilai-nilai religius.

Hitmawati et al. (2023) juga menegaskan bahwa integrasi antara aspek religiusitas dan fitur fungsional produk dapat mendorong konsumen untuk membuat keputusan pembelian dengan cara yang lebih logis dan bertanggung jawab. Produk kosmetik seperti Wardah, yang menargetkan konsumen Muslim, perlu menonjolkan nilai-nilai kehalalan sebagai ciri khas, tetapi juga harus tetap memperhatikan kualitas produk yang berkaitan dengan keamanan, kenyamanan, dan efektivitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyurini dan Trianasari (2020) menunjukkan hal yang serupa. Mereka menemukan bahwa label halal dan kualitas produk saling mendukung dalam mempengaruhi keputusan pembelian, di mana label halal memberikan ketenangan secara spritual, sedangkan kualitas produk memberikan kenyamanan fisik dan psikologis. Ini menunjukkan bahwa konsumen Muslim biasanya menggabungkan nilai-nilai keagamaan dengan pertimbangan rasional saat memilih produk kosmetik, termasuk produk dari Wardah.

Konsumen di wilayah pedesaan seperti Barumun tidak hanya mempertimbangkan label halal saat membeli produk, tetapi juga memperhatikan kualitas sebenarnya dari produk yang mereka gunakan. Mereka cenderung lebih percaya dan setia pada produk yang terbukti halal dan berkualitas. Ini menunjukkan bahwa dalam kehidupan sehari-hari masyarakat



Muslim, nilai-nilai agama dan kebutuhan praktis saling terkait satu sama lain (Nasution, 2023).

Keberhasilan suatu produk dalam meningkatkan keputusan pembelian tergantung pada kolaborasi antara nilai kepercayaan terhadap kehalalan dan nilai kepuasan terhadap kualitas. Jadi, jika produk tersebut dapat memenuhi kedua aspek itu, konsumen akan menunjukkan respons positif yang berujung pada pembelian yang dilakukan secara berulang (Aliyah et al, 2023).

Maria dan Pandoyo (2020) juga menekankan bahwa konsumen yang merasa percaya pada kehalalan suatu produk biasanya akan cenderung menilai kualitasnya sebagai cara untuk membuktikan bahwa label halal itu bukan sekedar simbol, melainkan juga mencerminkan kejujuran produsen. Apabila produk tersebut terbukti berkualitas, maka konsumen tidak hanya membeli satu kali, tetapi juga akan menunjukkan kesetiaan dalam jangka panjang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Wardah dalam menarik perhatian konsumen di Desa Timbuseng sangat dipengaruhi oleh strategi yang seimbang antara kualitas produk dan jaminan kehalalan. Kedua aspek ini saling melengkapi dalam membangun kepercayaan serta memengaruhi keputusan pembelian konsumen secara keseluruhan. Perusahaan lain yang ingin bersaing di pasar Muslim dapat menjadikan strategi ini sebagai pedoman dalam mengembangkan produk dan merek mereka.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Desa Timbuseng, Kabupaten Takalar. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah disajikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sertifikasi halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah. Hal menunjukkan bahwa konsumen Muslim di Desa Timbuseng sangat memperhatikan aspek kehalalan produk saat membuat keputusan pembelian. Dengan nilai  $t$  hitung sebesar  $4,817 > t$  tabel  $1,971$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , hal ini menegaskan pentingnya sertifikasi halal dalam perilaku konsumen.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah. Faktor-faktor seperti keamanan bahan, daya tahan produk, desain kemasan, dan kesesuaian dengan kebutuhan konsumen menjadi pertimbangan utama dalam proses pembelian. Konsumen cenderung memilih produk yang dapat memenuhi ekspektasi mereka secara menyeluruh. Berdasarkan analisis, nilai  $t$  hitung sebesar  $9,076 > t$  tabel  $1,971$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3. Sertifikasi halal dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan oleh hasil uji F yang menunjukkan nilai F hitung sebesar  $216,890 > F \text{ tabel } 3,039$  dan nilai signifikansi untuk sertifikasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar  $0,000 < 0,05$ . Keberhasilan Wardah dalam mengintegrasikan unsur religius dengan kualitas produk telah menjadi strategi kunci dalam meraih pasar Muslim.

## **B. Saran**

1. Bagi perusahaan: Disarankan agar Wardah terus mempertahankan dan meningkatkan sertifikasi halal sebagai integral dari identitas mereknya. Upaya untuk meningkatkan kualitas produk, baik dari segi inovasi, bahan, maupun kenyamanan pemakaian, harus terus dilakukan demi menjaga loyalitas konsumen.
2. Bagi konsumen: Diharapkan agar mereka kritis dan selektif dalam memilih produk kosmetik. Pertimbangan terhadap aspek kehalalan dan kualitas sangat penting untuk memastikan keamanan serta kesesuaian dengan nilai-nilai keagamaan yang dianut.
3. Bagi peneliti selanjutnya: Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, atau citra merek. Selain itu, perluasan cakupan lokasi penelitian juga disarankan untuk menggali perbedaan preferensi konsumen di berbagai wilayah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Q., Alwi, S., & Wahid, R. 2020. *Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kepercayaan Konsumen Muslim di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Islam, 12(3).
- Al-Ghazali. 1993. *Ihya' Ulumuddin* (Vol. 1). Dar Al-Kutub Al-Ilmiyyah.
- Aliyah, L. N., Imron., A., Sabrina, N. P., Jannah, M., & Hidayat, W. 2023. *Pengaruh Promosi dan Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Kalangan Muslimah*. Indonesia Journal of Multidisciplinary.
- Al-Qaradawi, Y. 1995. *Halal dan Haram dalam Islam* (Terj. Saiful Islam). Jakarta: Gema Insani Press.
- Aprilia, F., & Saraswati, T. G. 2023. *Analisis Kesadaran Halal sebagai Variabel intervening pada Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal Wardah di Kabupaten Pemalang*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi.
- Arifah, Y. 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arukinto, S. 2020. *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, H. 2020. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Azizah, N., & Nurmalasari, L. 2021. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik pada Konsumen Muslim*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 6(2).
- Damayanti, D., & Lestari, R. 2021. *Pengaruh Persepsi Kualitas dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 8(1).
- Dewi, N. A., & Rahayu, T. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Malang*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 10(2).
- Farichah, S., & Yasin, A. 2024. *Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal awareness, dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Muslim dalam Membeli Kosmetik di Surabaya*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 6(1).
- Fauziah, N., & Riyanto, S. 2020. *Pengaruh Label Halal, Brand Image, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Wardah*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 14(1).
- Fitiriani, R., & Nugroho, A. 2021. *Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik Lokal*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 9(2).
- Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hayati, S. N. 2024. *Pengaruh Kesadaran Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal*.
- Jumiono, A., & Rahmawati, S. I. 2020. *Kriteria Sertifikasi Halal Barang Gunaan di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Pangan Halal, 2(1).
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. 2022. *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi)*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 10(3).
- Kotler dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 16, Jilid 1, Terj, bob Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (Edisi 15, Terj. Benyamin Molan). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2019. *Manajemen pemasaran* (Terj. Benyamin Molan, Edisi ke-15). Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2021. *Manajemen pemasaran* (Edisi 15). Jakarta: Erlangga
- Maharani, P., & Rahayu, S. 2020. *Peran Sertifikasi Halal dan Kesadaran Religius terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, 5(1).
- Maria, P., & Pandoyo, 2020. *Pengaruh Atribut Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah: Survey pada Karyawan PT. Barclay Products Jakarta*. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial, 1(1).
- Maulana, R., & Anwar, C. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah*. Jurnal Pemasaran dan Riset Konsumen, 5(2).
- Mukhtar, A., & Butt, M. M. 2020. *Sertifikasi Halal dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen Muslim*.
- Nasution, P., Effendi, S., & Agustami, E. 2023. *Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kecamatan Barumon*. Mutlaqah: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah.
- Pebriyanti, F., Rahmasarita, W., & Muhsin, M. 2023. *Pengaruh Halal Awareness dan Halal Certification Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Generasi Z*. Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 7(1).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal*. . Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 119.
- Pratiwi, D. P., & Falahi, A. 2023. *Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa*. Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi, 10(1).



- Purwanti, N., & Aulia, T. 2023. *Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Masyarakat Desa Gandu*. Eco-Iqtishodi: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah, 14(2).
- Putri, M. D., & Rahmawati, N. 2022. *Pengaruh Kepercayaan pada Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 8(2).
- Rahman, M. M., Haque, A., & Ahmad, M. I. 2020. *Effect of Halal Label on Consumer Buying Behavior of Cosmetic Product in Muslim Countries: A Study on Indonesia and Malaysia*. Journal of Islamic Marketing, 11(6).
- Rahmawati, N., Hidayat, T., & Yuliani, T. 2022. *Pengaruh Kehalalan, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal*. Jurnal Ekonomi Syariah, 10(2).
- Sari, I. A., & Wibowo, B. H. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah di Kabupaten Karawang*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. 2020. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Solomon, M. R. 2020. *Perilaku Konsumen: Membeli, Memiliki, dan Menjadi* (Edisi 13). Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (edisi revisi). Bandung: Alfabeta.
- Sumaryanto, Widajanti, E., & Susanti, N. I. 2022. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah*. Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan, Vol. 9 No. 1.
- Suprano, A., & Hermiati, T. 2021. *Dimensi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan*.
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni. 2024. *Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data* (sebuah tinjauan pustaka). Jurnal Ilmu Manajemen, 3(1).
- Sutriani, R., Mutia, A., & Sudharyati, N. 2024. *Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Jambi*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 12(2).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2020. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. 2016. *Strategi Pemasaran* (4th ed.)



*Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 298.

Widodo, S. 2023. *Manajemen Strategik: Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. Penerbit NEM.

Wilson, J. A., & Liu, J. 2021. *Halal Branding and Marketing*: Global perspectives. *Journal of Business Ethics*, 170(4).



# LAMPIRAN



## **DAFTAR LAMPIRAN**

### **LAMPIRAN 1**

#### **KUESIONER PENELITIAN**

##### **Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bapak/Ibu Para Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Asruni Damayanti mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Saat ini sedang melakukan penelitian tentang "Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar".

Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur. Data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan untuk kepentingan karya tulis ilmiah/skripsi tersebut.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan pada penelitian ini, yaitu:

1. Perempuan yang berdomisili di Desa Timbuseng, Kab. Takalar
2. Pernah membeli dan menggunakan produk Wardah
3. Berusia 17-50 tahun

Atas perhatian dan kerjasamanya dalam pengisian kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

**A. Identitas Responden**

1. Nama/Inisial :
2. Usia
  - a. 17 – 25 tahun
  - b. 26 – 35 tahun
  - c. 36 – 45 tahun
  - d. 46 – 50 tahun
3. Pendidikan terakhir
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA/SMK
  - d. Diploma/S1
  - e. > S2
4. Pekerjaan
  - a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. Ibu Rumah Tangga
  - c. Pegawai
  - d. Wiraswasta
  - e. Lainnya (Sebutkan -----)
5. Produk Wardah apa yang paling sering Anda gunakan?
  - a. Skincare (facial wash, micellar water, toner, serum, moisturizer)
  - b. Kosmetik (lipstik, lip cream, foundation, bedak tabur, bedak padat)
  - c. Sunscreen

**B. Petunjuk Pengisian**

Berikan tanggapan Anda terhadap pernyataan berikut dengan memilih salah satu jawaban pada skala 1 – 5:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

**C. Pernyataan Wajib Diisi**

- a. Sertifikasi Halal (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	<b>Penggunaan logo halal merupakan item yang sangat penting dalam pemilihan produk</b>					
1.	Logo halal pada produk memberikan rasa percaya diri dalam memilih produk					
2.	Saya merasa lebih nyaman membeli produk yang memiliki logo halal dibandingkan yang tidak					
	<b>Memilih produk berdasarkan logo halal</b>					
3.	Keberadaan logo halal menjadi faktor utama saya dalam membeli produk tertentu					
4.	Saya jarang membeli produk tanpa memastikan keberadaan logo halal					
	<b>Akan selalu berhati-hati ketika memilih produk dengan logo halal</b>					
5.	Saya memeriksa logo halal pada kemasan sebelum membeli produk					
6.	Saya lebih memilih produk dengan logo halal yang diakui secara resmi oleh lembaga terkait					
	<b>Sadar akan perbedaan antara logo halal asli dan tidak asli</b>					
7.	Saya pernah mengecek apakah logo halal di produk yang saya beli asli atau tidak					

**b. Kualitas Produk (X2)**

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	<b>Kinerja (Performance)</b>					
1.	Produk Wardah memiliki fungsi yang sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Produk Wardah memberikan hasil yang memuaskan setelah digunakan					
	<b>Fitur (Features)</b>					
3.	Produk Wardah memiliki fitur tambahan yang memudahkan penggunaannya (misalnya kemasan praktis)					
4.	Produk Wardah memiliki inovasi yang membedakannya dari produk lain di pasaran					
	<b>Keandalan (Reliability)</b>					
5.	Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya di setiap pembelian					
	<b>Kesesuaian dengan spesifikasi</b>					
6.	Produk Wardah sesuai dengan deskripsi dalam klaim yang tertera pada kemasan					
7.	Produk Wardah memenuhi standar kualitas yang saya harapkan					
	<b>Daya Tahan (Durability)</b>					
8.	Produk Wardah dapat digunakan dalam jangka waktu cukup lama tanpa mengalami kerusakan					



9.	Kemasan produk Wardah tetap awet selama penggunaan					
	<b>Ketersediaan Perbaikan (Serviceability)</b>					
10.	Saya mudah mendapatkan bantuan jika ada masalah dengan produk Wardah					
11.	Wardah memiliki layanan konsumen yang baik untuk menangani keluhan					
	<b>Estetika (aesthetics)</b>					
12.	Kemasan produk Wardah menarik perhatian saya					
13.	Desain produk Wardah memberikan kesan elegan					
	<b>Kualitas yang dipersepsikan</b>					
14.	Secara keseluruhan, saya merasa produk Wardah memiliki kualitas yang baik					
15.	Saya puas dengan kualitas produk Wardah dibandingkan dengan produk lain					

**c. Keputusan Pembelian (Y)**

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	<b>Pengenalan Kebutuhan</b>					
1.	Produk Wardah membantu memenuhi kebutuhan skincare/kosmetik saya					

	<b>Pencarian Informasi</b>				
2.	Saya mencari informasi mengenai produk Wardah sebelum membeli				
3.	Media sosial menjadi sumber utama saya dalam mencari informasi tentang produk Wardah				
	<b>Evaluasi Alternatif</b>				
4.	Saya membandingkan produk Wardah dengan merek lain sebelum membeli				
5.	Saya memilih produk Wardah karena memiliki kualitas yang baik				
	<b>Keputusan Pembelian</b>				
6.	Saya lebih sering membeli produk wardah dibandingkan merek lain				
7.	Sertifikasi halal memengaruhi keputusan saya untuk membeli produk Wardah				
	<b>Perilaku Pascapembelian</b>				
8.	Saya merasa puas setelah menggunakan produk Wardah				
9.	Saya merekomendasikan kepada orang lain setelah mencobanya				

## LAMPIRAN 2

## TABULASI DATA PENELITIAN

## Sertifikasi Halal (X1)

No Resp	Sertifikasi Halal (X1)							TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	
1	5	5	5	2	5	5	4	31
2	5	5	5	1	5	5	4	30
3	4	4	4	4	4	4	4	28
4	1	1	1	1	1	1	1	7
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	4	5	4	5	4	4	3	29
7	4	4	4	4	4	4	4	28
8	4	4	4	4	4	4	4	28
9	5	4	4	4	4	4	4	29
10	5	5	5	5	5	5	4	34
11	4	4	4	4	4	4	4	28
12	4	3	3	3	3	3	4	23
13	3	3	3	2	3	3	2	19
14	4	3	3	2	3	3	2	20
15	5	4	5	3	4	4	3	28
16	5	5	5	4	4	4	3	30
17	5	5	5	5	5	5	3	33
18	5	5	5	5	5	5	5	35
19	5	5	5	5	5	5	5	35
20	5	5	5	4	5	5	5	34
21	3	3	2	2	3	3	2	18
22	4	4	4	4	3	3	3	25
23	2	3	3	3	2	2	3	18
24	3	4	3	2	3	3	2	20
25	3	4	3	2	3	3	2	20
26	4	4	3	4	3	3	3	24
27	3	3	3	3	4	4	4	24
28	4	5	4	4	4	4	4	29
29	5	4	4	4	4	5	3	29
30	5	4	4	5	4	4	3	29
31	5	5	5	5	5	5	5	35
32	5	4	4	3	3	5	5	29
33	5	4	3	3	3	3	2	23

34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	3	5	5	5	4	4	5	31
36	5	5	5	4	4	4	4	31
37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	5	5	5	5	4	3	3	30
39	5	4	4	4	4	5	4	30
40	3	4	3	2	3	4	2	21
41	3	4	3	4	3	3	4	24
42	4	4	4	4	4	4	4	28
43	5	5	5	5	5	5	5	35
44	5	5	5	5	5	5	5	35
45	5	5	5	5	5	4	4	33
46	1	3	3	2	3	3	4	19
47	5	5	4	5	4	5	3	31
48	5	5	5	4	4	5	4	32
49	3	3	2	4	3	2	2	19
50	4	3	4	2	2	3	2	20
51	3	4	3	2	2	3	2	19
52	4	4	2	2	3	2	1	18
53	4	4	4	4	3	2	1	22
54	4	4	3	2	3	3	2	21
55	2	3	2	2	2	2	1	14
56	5	3	3	3	3	3	2	22
57	4	4	3	4	3	2	2	22
58	3	3	2	4	3	2	2	19
59	3	4	2	3	3	2	3	20
60	5	5	5	5	5	5	5	35
61	4	3	2	3	3	3	2	20
62	4	3	2	3	2	3	1	18
63	4	3	1	4	3	2	1	18
64	4	4	4	4	4	4	4	28
65	4	3	2	4	3	3	4	23
66	4	4	4	4	4	4	4	28
67	4	5	5	3	4	5	4	30
68	3	3	3	1	3	3	3	19
69	3	3	3	2	3	3	2	19
70	4	4	4	4	3	2	2	23
71	5	5	5	5	5	5	5	35
72	4	4	4	2	5	5	5	29
73	5	5	5	5	5	5	5	35
74	3	3	3	1	3	3	3	19

75	3	3	3	1	3	3	3	19
76	3	3	3	1	3	3	3	19
77	1	2	5	5	4	5	5	27
78	4	5	3	2	5	3	3	25
79	5	5	5	5	5	5	5	35
80	5	5	5	4	4	4	3	30
81	3	3	3	1	3	3	3	19
82	3	3	3	1	3	3	3	19
83	5	5	5	5	5	5	5	35
84	5	5	5	4	3	5	4	31
85	4	4	4	4	4	4	3	27
86	5	5	5	5	5	5	4	34
87	4	5	4	2	4	5	5	29
88	3	4	3	3	3	3	2	21
89	4	4	3	2	3	3	4	23
90	3	3	3	2	3	3	3	20
91	4	4	3	2	2	3	2	20
92	4	4	4	4	4	4	4	28
93	3	3	3	4	3	4	3	23
94	4	4	3	2	2	3	3	21
95	4	4	4	4	3	3	2	24
96	4	4	4	3	3	3	3	24
97	4	4	4	2	4	3	3	24
98	4	4	4	2	2	3	3	22
99	4	4	3	3	4	3	2	23
100	4	3	2	2	3	3	4	21
101	4	4	4	2	2	3	2	21
102	3	3	5	1	5	5	5	27
103	5	4	5	4	5	5	3	31
104	5	5	4	5	5	5	5	34
105	5	5	4	3	4	4	2	27
106	5	5	5	3	4	4	4	30
107	4	5	4	3	4	5	3	28
108	4	4	5	3	4	5	3	28
109	5	5	5	5	5	5	4	34
110	5	5	5	3	3	4	2	27
111	5	5	5	5	4	5	5	34
112	5	5	5	5	5	5	5	35
113	4	5	5	5	5	5	4	33
114	4	5	4	4	5	4	4	30
115	5	5	5	3	4	5	2	29

116	5	5	5	1	3	5	3	27
117	5	5	5	5	4	5	4	33
118	4	4	5	4	3	4	3	27
119	5	5	5	4	4	4	3	30
120	5	5	5	4	4	4	4	31
121	5	5	5	5	5	5	3	33
122	5	5	4	2	5	5	4	30
123	5	5	5	3	3	3	4	28
124	5	5	4	3	3	4	2	26
125	5	4	5	4	4	4	3	29
126	5	5	5	5	5	5	3	33
127	5	5	4	5	4	4	4	31
128	4	4	4	5	4	5	5	31
129	4	5	4	5	4	4	3	29
130	4	4	3	4	4	5	2	26
131	4	4	4	2	4	5	3	26
132	5	5	5	3	3	5	4	30
133	5	4	4	5	4	4	3	29
134	4	5	5	5	5	5	5	34
135	5	5	5	5	5	5	5	35
136	5	5	5	4	4	5	5	33
137	5	5	5	1	5	5	4	30
138	5	5	4	5	5	4	3	31
139	5	5	5	5	5	5	5	35
140	5	4	5	5	4	5	4	32
141	5	5	4	5	4	4	5	32
142	5	4	5	5	4	4	5	32
143	5	5	4	4	4	5	3	30
144	4	4	3	4	5	5	4	29
145	5	4	3	4	4	4	4	28
146	5	5	4	3	4	4	3	28
147	5	5	4	5	4	4	3	30
148	4	3	5	2	3	4	2	23
149	3	4	4	2	5	5	4	27
150	5	5	4	4	5	5	4	32
151	4	5	5	2	4	5	2	27
152	4	4	5	1	4	3	4	25
153	5	4	3	4	3	5	2	26
154	4	4	2	4	2	3	2	21
155	5	4	3	2	4	4	4	26
156	3	4	4	4	2	5	1	23



157	4	3	3	4	2	3	4	23
158	3	4	3	4	2	3	5	24
159	5	4	5	4	5	5	5	33
160	5	4	3	2	4	4	5	27
161	5	4	3	4	4	5	2	27
162	4	4	4	2	2	4	4	24
163	4	3	5	2	5	4	3	26
164	2	4	2	1	4	3	2	18
65	5	5	4	4	4	5	4	31
166	4	5	5	3	5	4	5	31
167	4	5	3	5	2	4	5	28
168	5	4	5	5	3	4	2	28
169	3	5	4	3	4	3	5	27
170	5	4	4	4	5	5	4	31
171	4	5	5	3	4	5	1	27
172	5	4	4	5	4	5	5	32
173	5	5	4	3	4	5	4	30
174	3	4	3	5	4	5	5	29
175	5	4	5	4	5	5	1	29
176	4	5	4	4	5	3	3	28
177	5	5	4	3	4	5	4	30
178	5	4	5	3	4	5	2	28
179	4	4	3	1	4	5	3	24
180	4	5	4	4	4	5	4	30
181	5	4	5	4	5	5	4	32
182	4	2	1	3	4	4	5	23
183	5	4	5	4	5	4	5	32
184	3	3	4	3	4	4	4	25
185	4	4	5	5	4	5	4	31
186	2	2	2	5	2	2	2	17
187	5	5	4	5	5	5	4	33
188	5	4	4	4	4	4	4	29
189	5	5	5	4	5	5	2	31
190	5	4	5	4	5	4	4	31
191	4	4	4	5	4	4	5	30
192	5	4	5	4	5	4	5	32
193	5	4	3	5	5	3	4	29
194	4	5	5	2	5	4	5	30
195	5	4	5	4	5	4	5	32
196	4	4	3	4	4	4	4	27
197	4	5	4	3	5	4	2	27

198	5	4	4	4	5	4	5	31
199	1	1	3	2	1	3	1	12
200	5	4	4	4	5	5	5	32
201	5	4	4	3	5	3	4	28
202	4	4	5	2	4	5	4	28
203	4	4	5	4	5	5	5	32
204	5	3	4	2	5	4	2	25
205	4	4	5	5	3	5	4	30
206	4	4	4	3	4	4	4	27
207	5	4	4	3	3	4	2	25
208	5	5	4	2	3	4	3	26
209	5	5	5	5	4	5	5	34
210	5	4	5	1	5	5	4	29
211	4	5	5	4	4	5	2	29
212	5	4	4	2	4	4	4	212

### Kualitas Produk (X2)

No Resp	Kualitas Produk (X2)															TOT AL
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	P1 4	P1 5	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
2	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	64
3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	58
4	1	1	2	2	3	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	22
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
6	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	51
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	73
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
12	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	51
13	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	49
14	4	3	3	3	3	4	4	2	3	2	3	4	4	3	3	48
15	4	3	4	3	5	4	5	3	4	2	2	3	3	4	4	53
16	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
17	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	61
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
19	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	69

20	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	68
21	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	45
22	3	3	4	2	4	3	4	4	3	2	3	4	3	4	4	50
23	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	51
24	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	4	51
25	3	4	3	3	3	2	4	2	2	3	3	4	4	3	3	46
26	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	48
27	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	52
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	61
29	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4	63
30	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	3	3	4	5	61
31	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	70
32	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	3	3	5	5	5	64
33	4	4	3	4	5	5	3	4	3	2	2	3	3	4	3	52
34	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	73
35	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	53
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
38	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	63
39	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	59
40	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	51
41	3	3	3	2	3	4	3	2	2	3	4	4	4	3	3	46
42	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
43	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
44	3	3	5	3	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	5	61
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
46	4	3	2	3	4	4	4	3	2	4	4	4	5	2	2	50
47	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	55
48	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	71
49	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	4	4	3	2	47
50	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	51
51	3	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	1	48
52	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4	4	3	4	2	50
53	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	2	51
54	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	2	50
55	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	2	4	4	4	2	50
56	3	4	4	3	4	4	3	3	4	2	2	3	3	4	3	49
57	4	4	3	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	2	45
58	3	3	3	4	2	3	3	2	4	3	3	4	4	4	3	48
59	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	49
60	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	67

61	4	3	3	4	2	3	4	2	3	3	3	4	4	4	2	48
62	4	3	3	3	4	3	4	2	2	3	3	4	4	4	3	49
63	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	2	50
64	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	62
65	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	51
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
67	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	61
68	3	4	3	3	3	3	4	2	3	2	2	4	3	4	4	47
69	4	4	4	3	3	2	3	2	3	2	2	4	4	3	3	46
70	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	3	53
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
72	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	55
73	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	62
74	3	4	3	3	3	3	4	2	3	2	2	4	3	4	4	47
75	4	4	3	3	2	3	4	2	3	2	2	4	3	4	4	47
76	4	4	3	3	2	3	4	2	3	2	2	4	3	4	4	47
77	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	68
78	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	55
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
80	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	56
81	4	4	3	3	2	3	4	2	3	2	2	4	3	4	4	47
82	3	4	3	3	3	3	4	2	3	2	2	4	3	4	4	47
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
84	5	5	5	3	5	4	4	5	5	3	3	5	5	5	3	65
85	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	57
86	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	65
87	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	63
88	5	4	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	5	52
89	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	49
90	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	4	3	2	47
91	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	49
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
93	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	51
94	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	54
95	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	52
96	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	52
97	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	52
98	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	52
99	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2	51
100	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	53
101	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	55

102	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
103	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	5	67
104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	73
105	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	4	4	55
106	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	55
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	57
108	4	4	4	5	3	4	5	3	4	3	4	5	3	4	5	60
109	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	3	4	4	5	65
110	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	5	68
111	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	60
112	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	3	5	3	63
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
114	5	5	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	5	5	4	64
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	71
116	5	5	3	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	57
117	4	3	5	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	58
118	4	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5	4	3	57
119	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	48
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
121	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	62
122	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	4	65
123	5	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	5	3	4	3	55
124	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	53
125	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	50
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
127	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	68
128	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
129	5	4	3	4	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	64
130	5	5	4	5	4	4	4	4	5	2	4	4	4	5	5	64
131	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	48
132	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4	4	5	5	69
133	4	3	5	4	5	3	5	5	4	3	5	4	5	3	4	62
134	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
135	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	58
136	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	68
137	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	72
138	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	69
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
140	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	66
141	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5	4	67
142	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	67



143	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	68
144	4	4	3	4	5	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	57
145	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	52
146	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	64
147	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	63
148	5	4	3	5	3	4	4	3	5	4	5	3	4	3	5	60
149	4	5	3	3	4	5	5	4	4	3	3	5	5	4	4	61
150	4	3	4	4	4	3	4	3	5	2	2	2	3	4	4	51
151	4	5	3	4	4	5	4	2	3	2	2	4	5	4	4	55
152	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	4	53
153	4	4	3	2	3	4	4	2	3	4	4	3	2	4	4	50
154	5	4	4	4	4	3	5	3	5	3	4	3	4	4	4	59
155	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	65
156	4	4	5	2	4	4	4	3	4	4	3	2	1	4	5	53
157	5	3	2	3	3	5	2	5	4	3	3	5	4	3	2	52
158	4	5	4	3	4	5	5	3	4	5	5	3	4	5	4	63
159	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	4	4	3	4	62
160	5	4	4	2	3	4	4	2	4	2	2	4	5	4	4	53
161	4	3	2	4	4	4	4	4	2	2	4	2	3	4	5	51
162	4	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	58
163	3	4	3	4	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	2	55
164	5	4	2	2	4	2	3	3	2	2	2	3	3	4	2	43
65	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	63
166	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	5	4	3	5	4	65
167	3	2	4	3	5	2	5	4	4	3	4	5	3	3	4	54
168	5	4	5	5	4	5	3	5	5	2	5	5	4	5	5	67
169	5	3	4	2	5	3	5	4	2	5	4	2	3	5	3	55
170	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	67
171	3	4	5	4	4	1	3	4	5	3	4	1	2	5	3	51
172	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	65
173	3	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	59
174	5	5	4	5	5	4	5	3	4	3	5	5	4	5	5	67
175	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	2	4	4	62
176	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	61
177	4	3	4	5	5	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	64
178	5	5	4	3	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	5	63
179	5	3	4	3	5	3	4	5	5	4	4	3	3	4	4	59
180	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	68
181	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	69
182	4	5	3	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	57
183	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	66



6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
7	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
12	4	4	5	5	4	2	3	4	4	35
13	3	4	3	4	3	2	3	4	4	30
14	3	4	5	4	3	2	3	4	4	32
15	4	2	3	2	3	3	3	4	4	28
16	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
20	5	5	4	2	4	3	4	5	4	36
21	3	4	4	4	3	1	3	4	4	30
22	1	2	3	1	2	4	3	3	3	22
23	3	3	4	4	3	1	2	4	4	28
24	4	4	4	4	3	2	3	4	4	32
25	3	4	5	4	3	1	2	4	4	30
26	3	3	4	4	3	2	3	3	3	28
27	3	3	4	4	4	4	4	3	3	32
28	4	5	4	4	4	4	4	5	5	39
29	4	4	5	5	4	3	3	3	5	36
30	3	4	4	5	3	4	3	3	5	34
31	5	5	5	4	5	4	4	4	5	41
32	3	4	3	5	5	3	5	5	5	38
33	3	2	3	2	5	3	3	4	5	30
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
38	5	3	5	3	4	3	5	5	4	37
39	3	4	3	4	5	3	4	4	4	34
40	3	2	2	3	2	2	3	3	3	23
41	3	4	4	4	3	1	3	3	4	29
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
46	1	4	4	3	3	1	1	4	4	25

47	5	5	5	4	4	3	4	4	4	38
48	3	4	4	5	4	3	5	3	3	34
49	3	4	5	4	3	1	3	4	4	31
50	4	4	4	4	3	1	3	4	4	31
51	3	3	4	4	3	1	3	3	2	26
52	4	4	5	4	3	1	4	4	4	33
53	4	4	4	4	3	1	3	4	5	32
54	4	4	4	4	4	1	3	4	5	33
55	4	4	4	4	3	1	3	4	4	31
56	4	2	3	2	3	3	3	4	4	28
57	4	4	5	3	3	1	3	4	4	31
58	4	4	4	4	3	1	3	4	5	32
59	3	4	4	4	4	2	3	3	4	31
60	5	5	5	3	5	5	5	5	5	43
61	4	4	5	4	3	1	3	4	4	32
62	4	4	4	4	3	1	2	4	4	30
63	3	4	4	4	4	1	3	4	4	31
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
65	4	4	5	4	3	1	3	4	4	32
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
67	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
68	3	4	4	5	3	1	3	3	4	30
69	4	4	4	4	4	2	3	4	4	33
70	4	4	5	4	4	2	3	4	4	34
71	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
73	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
74	3	4	4	5	3	1	3	3	4	30
75	3	4	4	5	3	1	3	4	4	31
76	3	4	4	5	3	1	3	4	4	31
77	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
78	3	4	4	3	3	3	3	3	3	29
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
80	3	4	5	3	4	3	4	4	3	33
81	3	4	4	5	3	1	3	4	4	31
82	3	4	4	5	3	1	3	3	4	30
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
84	4	5	4	5	4	4	4	3	4	37
85	4	4	4	4	4	3	4	3	3	33
86	5	4	4	3	4	3	5	5	4	37
87	4	4	5	4	4	5	5	5	4	40





129	5	4	3	4	5	4	4	5	4	38
130	4	5	5	4	5	4	4	5	5	41
131	3	4	4	4	4	3	4	3	3	32
132	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
133	4	3	5	3	5	4	4	3	5	36
134	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
135	4	3	5	4	4	4	5	4	4	37
136	5	5	5	5	5	5	5	4	3	42
137	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
138	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
140	5	4	5	4	4	3	4	5	4	38
141	4	3	5	4	5	4	5	5	4	39
142	4	5	4	5	5	5	4	4	4	40
143	5	4	4	5	5	4	5	5	5	42
144	3	2	4	4	3	5	4	4	3	32
145	4	5	5	5	5	4	4	4	4	40
146	5	4	5	5	4	4	5	3	4	39
147	4	4	5	3	5	3	5	4	4	37
148	3	4	2	2	4	3	4	5	5	32
149	4	5	3	3	4	2	4	3	3	31
150	4	5	5	5	4	2	5	3	3	36
151	4	4	5	5	4	2	4	5	2	35
152	4	4	4	4	4	2	4	4	3	33
153	4	5	5	3	4	2	4	3	4	34
154	4	4	2	3	4	2	2	5	5	31
155	3	4	5	5	3	2	3	3	4	32
156	5	5	5	4	4	4	4	5	4	40
157	4	1	2	3	3	2	2	4	3	24
158	5	4	3	4	5	3	2	4	2	32
159	5	5	5	3	4	3	4	4	5	38
160	4	2	4	5	2	2	4	3	2	28
161	5	4	4	4	4	5	5	5	4	40
162	4	4	4	3	3	4	4	4	5	35
163	2	3	3	4	4	4	3	4	3	30
164	3	4	2	4	2	2	2	3	3	25
65	5	5	4	4	5	5	5	4	5	42
166	4	4	5	4	5	4	3	3	4	36
167	4	5	4	4	3	2	3	3	5	33
168	4	5	5	5	3	5	4	4	4	39
169	3	5	5	2	4	4	5	3	5	36

170	4	5	5	5	4	4	4	5	4	40
171	3	5	4	5	5	1	3	3	5	34
172	5	4	4	5	4	3	5	4	3	37
173	3	4	5	4	4	5	5	4	3	37
174	4	5	3	5	4	3	3	5	4	36
175	4	5	5	4	3	2	4	4	3	34
176	3	4	4	4	5	4	4	5	4	37
177	4	4	5	5	4	5	4	4	3	38
178	4	5	4	3	4	2	3	4	5	34
179	3	4	3	4	5	5	4	3	4	35
180	5	4	5	5	5	5	5	4	5	43
181	5	5	4	4	4	5	5	5	5	42
182	4	3	3	5	4	3	4	5	4	35
183	5	4	5	4	4	3	4	4	5	38
184	3	3	5	2	4	3	3	3	3	29
185	4	5	5	4	5	5	4	4	5	41
186	3	4	3	3	3	3	3	3	3	28
187	4	5	5	5	4	4	5	4	4	40
188	4	4	4	5	4	2	4	3	3	33
189	3	4	1	5	4	1	5	3	3	29
190	5	4	5	5	4	3	5	4	4	39
191	4	4	5	5	4	5	4	4	5	40
192	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
193	3	4	3	5	4	4	5	3	5	36
194	5	4	5	2	4	5	5	4	5	39
195	4	5	4	2	4	5	4	5	4	37
196	4	5	5	4	5	2	5	3	4	37
197	4	5	5	5	2	2	4	3	4	34
198	5	4	5	4	5	5	5	5	4	42
199	5	2	5	1	1	4	2	3	4	27
200	4	4	5	5	5	3	5	4	4	39
201	5	3	4	4	5	4	3	4	5	37
202	4	4	5	4	4	2	5	2	2	32
203	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
204	3	5	2	4	3	4	2	3	5	31
205	5	4	4	5	4	5	5	4	4	40
206	4	4	3	5	5	5	5	4	4	39
207	5	5	5	5	5	3	4	5	5	42
208	4	5	5	4	3	3	4	4	5	37
209	5	5	5	5	5	5	3	5	5	43
210	4	5	5	3	4	4	5	5	3	38

211	3	4	5	4	5	2	5	4	5	37
212	4	4	4	4	4	3	4	4	5	36



## LAMPIRAN 3

## UJI ANALISIS DESKRIPTIF

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 25 Tahun	130	61.3	61.3	61.3
	26 - 35 Tahun	54	25.5	25.5	86.8
	36 - 45 Tahun	22	10.4	10.4	97.2
	46 - 50 Tahun	6	2.8	2.8	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

		Pendidikan Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	8	3.8	3.8	3.8
	SMA/SMK	122	57.5	57.5	61.3
	Diploma/S1	79	37.3	37.3	98.6
	> S2	3	1.4	1.4	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	94	44.3	44.3	44.3
	Ibu Rumah Tangga	52	24.5	24.5	68.9
	Pegawai Swasta	24	11.3	11.3	80.2
	Wiraswasta	7	3.3	3.3	83.5
	Honorer	10	4.7	4.7	88.2
	PNS	5	2.4	2.4	90.6
	Pengangguran	6	2.8	2.8	93.4
	Perawat	2	.9	.9	94.3
	Karyawan honorer	4	1.9	1.9	96.2
	Tenaga kesehatan	3	1.4	1.4	97.6

Bidan	1	.5	.5	98.1
Staf kantor desa	1	.5	.5	98.6
Guru honorer	2	.9	.9	99.5
Karyawan swasta	1	.5	.5	100.0
Total	212	100.0	100.0	

### Produk Wardah yang Sering Digunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Skincare (facial wash, micellar water, toner, serum moisturizer)	72	34.0	34.0	34.0
	Kosmetik (lipstik, lip cream, foundation, bedak tabur, bedak padat)	92	43.4	43.4	77.4
	Sunscreen	48	22.6	22.6	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

## LAMPIRAN 4

## Analisis Deskriptif Variabel

## Sertifikasi Halal (X1)

		Statistics							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTALX1
N	Valid	212	212	212	212	212	212	212	212
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.24	4.18	3.99	3.49	3.86	4.04	3.47	28.13
Minimum		1	1	1	1	1	1	1	7
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	212

**X1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	1.9	1.9	1.9
	Tidak Setuju	4	1.9	1.9	3.8
	Netral	29	13.7	13.7	17.5
	Setuju	76	35.8	35.8	53.3
	Sangat Setuju	99	46.7	46.7	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	3	1.4	1.4	2.4
	Netral	32	15.1	15.1	17.5
	Setuju	93	43.9	43.9	61.3
	Sangat Setuju	82	38.7	38.7	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	1.4	1.4	1.4



Tidak Setuju	13	6.1	6.1	7.5
Netral	46	21.7	21.7	29.2
Setuju	71	33.5	33.5	62.7
Sangat Setuju	79	37.3	37.3	100.0
Total	212	100.0	100.0	

**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	15	7.1	7.1	7.1
	Tidak Setuju	40	18.9	18.9	25.9
	Netral	36	17.0	17.0	42.9
	Setuju	69	32.5	32.5	75.5
	Sangat Setuju	52	24.5	24.5	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	16	7.5	7.5	8.5
	Netral	52	24.5	24.5	33.0
	Setuju	82	38.7	38.7	71.7
	Sangat Setuju	60	28.3	28.3	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X1.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.5	.5	.5
	Tidak Setuju	11	5.2	5.2	5.7
	Netral	50	23.6	23.6	29.2
	Setuju	67	31.6	31.6	60.8
	Sangat Setuju	83	39.2	39.2	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X1.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	4.7	4.7	4.7
	Tidak Setuju	41	19.3	19.3	24.1
	Netral	47	22.2	22.2	46.2
	Setuju	68	32.1	32.1	78.3
	Sangat Setuju	46	21.7	21.7	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**Kualitas Produk (X2)****Statistics**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	TOTAL LX2
N	Valid	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.09	4.00	3.90	3.79	3.96	3.83	4.05	3.75	3.86	3.51	3.72	3.91	3.88	4.04	3.80	58.18
Minimum		1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.5	.5	.5
	Tidak Setuju	2	.9	.9	1.4
	Netral	37	17.5	17.5	18.9
	Setuju	108	50.9	50.9	69.8
	Sangat Setuju	64	30.2	30.2	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	1	.5	.5	1.4
	Netral	43	20.3	20.3	21.7
	Setuju	115	54.2	54.2	75.9

	Sangat Setuju	51	24.1	24.1	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	4.2	4.2	4.2
	Netral	58	27.4	27.4	31.6
	Setuju	91	42.9	42.9	74.5
	Sangat Setuju	54	25.5	25.5	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	6.1	6.1	6.1
	Netral	60	28.3	28.3	34.4
	Setuju	98	46.2	46.2	80.7
	Sangat Setuju	41	19.3	19.3	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	2.8	2.8	2.8
	Netral	46	21.7	21.7	24.5
	Setuju	110	51.9	51.9	76.4
	Sangat Setuju	50	23.6	23.6	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X2.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	1.4	1.4	1.4
	Tidak Setuju	4	1.9	1.9	3.3
	Netral	64	30.2	30.2	33.5
	Setuju	95	44.8	44.8	78.3
	Sangat Setuju	46	21.7	21.7	100.0

Total	212	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

**X2.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.5	.5	.5
	Tidak Setuju	2	.9	.9	1.4
	Netral	35	16.5	16.5	17.9
	Setuju	122	57.5	57.5	75.5
	Sangat Setuju	52	24.5	24.5	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X2.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.5	.5	.5
	Tidak Setuju	25	11.8	11.8	12.3
	Netral	58	27.4	27.4	39.6
	Setuju	69	32.5	32.5	72.2
	Sangat Setuju	59	27.8	27.8	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X2.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.5	.5	.5
	Tidak Setuju	10	4.7	4.7	5.2
	Netral	52	24.5	24.5	29.7
	Setuju	103	48.6	48.6	78.3
	Sangat Setuju	46	21.7	21.7	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X2.10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.5	.5	.5
	Tidak Setuju	30	14.2	14.2	14.6
	Netral	69	32.5	32.5	47.2
	Setuju	84	39.6	39.6	86.8

Sangat Setuju	28	13.2	13.2	100.0
Total	212	100.0	100.0	

**X2.11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.5	.5	.5
	Tidak Setuju	19	9.0	9.0	9.4
	Netral	57	26.9	26.9	36.3
	Setuju	96	45.3	45.3	81.6
	Sangat Setuju	39	18.4	18.4	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X2.12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	8	3.8	3.8	4.7
	Netral	42	19.8	19.8	24.5
	Setuju	115	54.2	54.2	78.8
	Sangat Setuju	45	21.2	21.2	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X2.13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	1.4	1.4	1.4
	Tidak Setuju	3	1.4	1.4	2.8
	Netral	49	23.1	23.1	25.9
	Setuju	118	55.7	55.7	81.6
	Sangat Setuju	39	18.4	18.4	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**X2.14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	1	.5	.5	1.4

Netral	40	18.9	18.9	20.3
Setuju	112	52.8	52.8	73.1
Sangat Setuju	57	26.9	26.9	100.0
Total	212	100.0	100.0	

**X2.15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	1.4	1.4	1.4
	Tidak Setuju	19	9.0	9.0	10.4
	Netral	49	23.1	23.1	33.5
	Setuju	87	41.0	41.0	74.5
	Sangat Setuju	54	25.5	25.5	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**Keputusan Pembelian (Y)****Statistics**

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TOTALY
N	Valid	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.94	4.08	4.25	4.02	3.94	3.15	3.88	3.95	4.08	35.29
Minimum		1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5	5	45

**Y.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	1.4	1.4	1.4
	Tidak Setuju	1	.5	.5	1.9
	Netral	51	24.1	24.1	25.9
	Setuju	107	50.5	50.5	76.4
	Sangat Setuju	50	23.6	23.6	100.0
	Total	212	100.0	100.0	



**Y.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.5	.5	.5
	Tidak Setuju	9	4.2	4.2	4.7
	Netral	19	9.0	9.0	13.7
	Setuju	126	59.4	59.4	73.1
	Sangat Setuju	57	26.9	26.9	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**Y.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	6	2.8	2.8	3.8
	Netral	21	9.9	9.9	13.7
	Setuju	92	43.4	43.4	57.1
	Sangat Setuju	91	42.9	42.9	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**Y.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	1.4	1.4	1.4
	Tidak Setuju	11	5.2	5.2	6.6
	Netral	30	14.2	14.2	20.8
	Setuju	102	48.1	48.1	68.9
	Sangat Setuju	66	31.1	31.1	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**Y.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	5	2.4	2.4	3.3
	Netral	52	24.5	24.5	27.8
	Setuju	98	46.2	46.2	74.1
	Sangat Setuju	55	25.9	25.9	100.0

Total	212	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

**Y.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	34	16.0	16.0	16.0
	Tidak Setuju	34	16.0	16.0	32.1
	Netral	48	22.6	22.6	54.7
	Setuju	58	27.4	27.4	82.1
	Sangat Setuju	38	17.9	17.9	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**Y.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	11	5.2	5.2	6.1
	Netral	58	27.4	27.4	33.5
	Setuju	80	37.7	37.7	71.2
	Sangat Setuju	61	28.8	28.8	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**Y.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.5	.5	.5
	Tidak Setuju	1	.5	.5	.9
	Netral	53	25.0	25.0	25.9
	Setuju	109	51.4	51.4	77.4
	Sangat Setuju	48	22.6	22.6	100.0
	Total	212	100.0	100.0	

**Y.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.5	.5	.5
	Tidak Setuju	5	2.4	2.4	2.8
	Netral	32	15.1	15.1	17.9

Setuju	113	53.3	53.3	71.2
Sangat Setuju	61	28.8	28.8	100.0
Total	212	100.0	100.0	



## 1. Serifikasi Halal (X1)

## Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.652**	.553**	.391**	.538**	.538**	.299**	.738**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212
X2	Pearson Correlation	.652**	1	.624**	.394**	.535**	.555**	.339**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212
X3	Pearson Correlation	.553**	.624**	1	.345**	.588**	.679**	.421**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212
X4	Pearson Correlation	.391**	.394**	.345**	1	.360**	.354**	.356**	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212
X5	Pearson Correlation	.538**	.535**	.588**	.360**	1	.645**	.540**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212
X6	Pearson Correlation	.538**	.555**	.679**	.354**	.645**	1	.491**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212
X7	Pearson Correlation	.299**	.339**	.421**	.356**	.540**	.491**	1	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212



[illegible]



P13	Pearson Correlation	.445*	.442	.338	.403	.321	.487	.381	.337	.312	.256	.315	.569	1	.347	.332	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212
P14	Pearson Correlation	.504*	.537	.562	.337	.372	.473	.429	.460	.493	.281	.412	.227	.347	1	.547	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212
P15	Pearson Correlation	.455*	.449	.564	.375	.471	.528	.461	.515	.489	.249	.456	.289	.332	.547	1	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212
TOTAL	Pearson Correlation	.700*	.666	.712	.655	.651	.730	.593	.748	.714	.571	.693	.501	.619	.693	.727	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212	212

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 3. Keputusan Pembelian (Y)

#### Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.343**	.418**	.218**	.474**	.450**	.501**	.528**	.372**	.716**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212	212	211
P2	Pearson Correlation	.343**	1	.422**	.393**	.404**	.214**	.363**	.290**	.372**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212	212	211
P3	Pearson Correlation	.418**	.422**	1	.279**	.324**	.209**	.411**	.240**	.269**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212	212	211
P4	Pearson Correlation	.218**	.393**	.279**	1	.292**	.081	.270**	.198**	.166*	.473**

	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.241	.000	.004	.015	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212	212	211
P5	Pearson Correlation	.474**	.404**	.324**	.292**	1	.542**	.608**	.519**	.424**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212	212	211
P6	Pearson Correlation	.450**	.214**	.209**	.081	.542**	1	.614**	.414**	.313**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.002	.241	.000		.000	.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212	212	211
P7	Pearson Correlation	.501**	.363**	.411**	.270**	.608**	.614**	1	.364**	.238**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212	212	211
P8	Pearson Correlation	.528**	.290**	.240**	.198**	.519**	.414**	.364**	1	.459**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000		.000	.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212	212	211
P9	Pearson Correlation	.372**	.372**	.269**	.166*	.424**	.313**	.238**	.459**	1	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.015	.000	.000	.000	.000		.000
	N	212	212	212	212	212	212	212	212	212	211
TOTAL	Pearson Correlation	.716**	.611**	.583**	.473**	.777**	.705**	.776**	.657**	.583**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	211	211	211	211	211	211	211	211	211	211

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## LAMPIRAN 6

## HASIL UJI RELIABILITAS

## 1. Sertifikasi Halal (X1)

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	7

## 2. Kualitas Produk (X2)

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	15

## 3. Keputusan Pembelian (Y)

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	9

## LAMPIRAN 7

## HASIL UJI ASUMSI KLASIK

## 1. Uji Normalitas

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		212
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.93705269
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.046
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

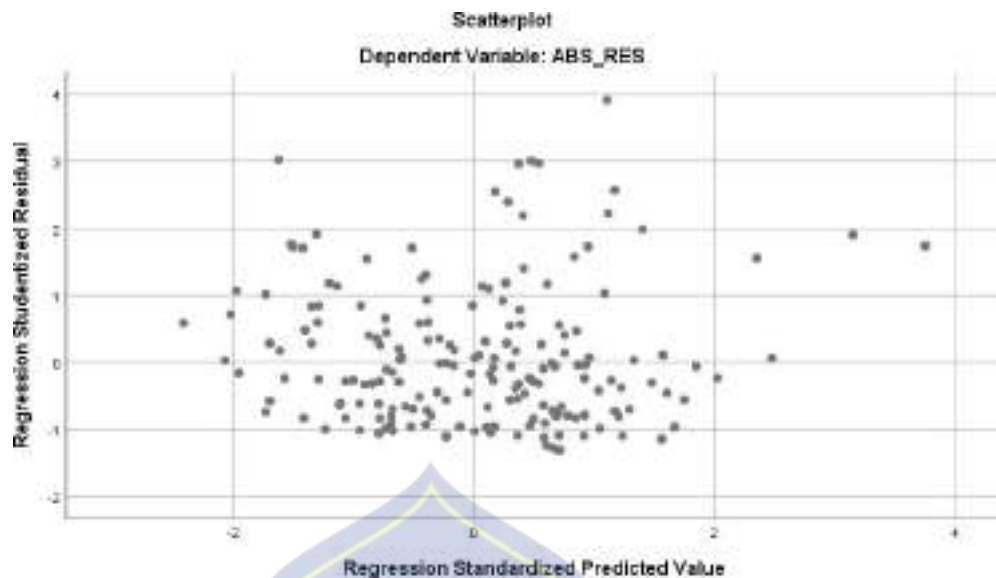
## 2. Uji Multikolinieritas

		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	6.532	1.450		4.506	.000	
	X1	.300	.062	.301	4.817	.000	.400 2.503
	X2	.354	.039	.566	9.076	.000	.400 2.503

a. Dependent Variable: Y

## 3. Uji Heteroskedastitas

## 1. Uji Scatterplot



## LAMPIRAN 8

### HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.532	1.450		4.506	.000
	X1	.300	.062	.301	4.817	.000
	X2	.354	.039	.566	9.076	.000

a. Dependent Variable: Y

## LAMPIRAN 9

## HASIL UJI HIPOTESIS

## 1. Uji t

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.532	1.450		.000
	X1	.300	.062	.301	.000
	X2	.354	.039	.566	.000

a. Dependent Variable: Y

## 2. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	3777.723	2	1888.862	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1820.145	209	8.709	
	Total	5597.868	211		

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

3. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 <sup>a</sup>	.675	.672	2.95107

a. Predictors: (Constant), X2, X1



## LAMPIRAN 10

## Surat Izin Penelitian


**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
 LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGAJARAN KEPADA MASYARAKAT  
Jl. Sultan Abdullahi No. 219 Telp. (0411) 4651000 Makassar 70221 e-mail: ap@uham.ac.id

---

Nomor : 6260/05/C.4-VIII/II/1446/2025  
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal  
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

19 February 2025 M  
 20 Sya'ban 1446

Kepada Yth,  
 Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel  
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan  
 di -  
 Makassar



Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 390/05/A.2-II/II/46/2025 tanggal 18 Februari 2025, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : ASRUNI DAMAYANTI  
 No. Stambek : 10574 1102721  
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
 Jurusan : Ekonomi Islam  
 Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul:

**"PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI DESA TIMBUSENG KAB. TAKALAR"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 22 Februari 2025 s/d 22 April 2025.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasannya mengucapkan jazakumullahu khaeran.



Ketua LP3M,  
  
 Dr. Muhy Arief Muhsin, M.Pd.  
 NPM 1127761



**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bougainville No. 5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
Website : <http://smap-new.sulselprov.go.id> Email : [ptsp@sulselprov.go.id](mailto:ptsp@sulselprov.go.id)  
Makassar 90231

Nomor	: 4093/S.01/PTSP/2025	Kepada Yth.
Lampiran	: -	Bupati Takalar
Perihal	: <u>Izin penelitian</u>	

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 6260/05/C.4-VIII/II/1446/2025 tanggal 19 Februari 2025 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama	: ASRUNI DAMAYANTI
Nomor Pokok	: 105741102721
Program Studi	: Ekonomi Islam
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Si Alauddin No 359, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

**\* PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI DESA TIMBUSENG KAB TAKALAR \***

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 22 Februari s/d 22 April 2025

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada Tanggal 21 Februari 2025

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU  
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



**ASRUL SANI, S.H., M.Si.**  
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I  
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth:  
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;  
2. Peninggal.



**PEMERINTAH KABUPATEN TAKALAR**  
DINAS PENANAIAN, MINAT, DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
Jl. Sport Oval No. 10 Kab. Takalar

Small *Aspergillus* spp. and *Penicillium* spp. are less frequent, whereas the yeasts *Candida* spp. and *Pichia* spp. are

Name: \_\_\_\_\_  
 Date: \_\_\_\_\_  
 Period: \_\_\_\_\_

Yth. Kepala Dinas Pendidikan Kota Palangkaraya  
Kota Palangkaraya  
Dit. \_\_\_\_\_  
Tgl. \_\_\_\_\_

Sembilan Seri Kapak (Nine Pottery Mark) dari Pelagian, Terapi Satu Puluh Puluhan, Negeri  
Selatan, Nomor: 403/01/PT/02/2025, tanggal 21 Februari 2025, perihal: Penetapan dan Surat  
Rekomendasi Kapak Baku (Kedua) Ringan dan Paksi Kalkulasi, Teluk Negeri, 170/14/01/02/2025,  
tanggal 24 Februari 2025, dengan pertimbangan hukum

Name: ASHIMU TAMAKAWA  
 Tempot: Tanggal Lahir: 20 Mei 2003  
 Tempat Lahir: Jepang  
 Pendidikan: Sarjana  
 Alamat: Gedung Geomatics, Universitas Indonesia  
 No. Telp: 081-780 185

Berkas ini akan melakukan penelitian di [kanditrendanidurrah.blogspot.com](http://kanditrendanidurrah.blogspot.com)

\*PENGAMUK SERTIFIKASI KUALITAS DAN KUALITAS BERKUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PENGHILIRAN  
PENGUKUR WARDAN DAN GESA TERHADAP KEMAHUTAN KAKALAN \*

Yang dikehendaki  
Pengarah T. P. 10/10

Beasiswa dengan ketentuan di atas akan diberikan dari tanggal 10 Agustus 2019.

- [illegible]

Domestik dalam arti kepada penduduk dalam negeri.

Takarım: 24 Eylül 2012

Kepala Dinas Perumahan, Model dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Takalar.




H. MEGAWATI IBRAHIM, SE.MM  
Pangkat : Pembina Utama Muda  
NIP. 197202242000032002

Tambahan : disamping itu kepada Yth :










1. Sopan Takalar & Takalar (sopangal sopangal)
2. Kapan Bapellibang Kan Takalar & Takalar.
3. Kapan Bapellibang Kan Takalar & Takalar.
4. Kapan Bapellibang Kan Takalar & Takalar.
5. Kapan Bapellibang Kan Takalar & Takalar.
6. Kapan Bapellibang Kan Takalar & Takalar.

## LAMPIRAN 11

## VALIDASI DATA


**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PUSAT VALIDASI DATA**  
5 Jalan Swadaya 201 Makassar, Gedung 201 B, Telp. (0411) 4444444

**LEMBAR KONTROL VALIDASI**  
PENELITIAN KUANTITATIF

NAMA MAHASISWA	ASKUNI DAMAYANTI			
NIM	105741102721			
PROGRAM STUDI	EKONOMI ISLAM			
JUDUL SKRIPSI	PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI DESA TIMBUSENG KAB TAKALIK			
NAMA PEMBIMBING 1	Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si			
NAMA PEMBIMBING 2	Sri Wahyuni, S.E., M.E.			
NAMA VALIDATOR	Dr. Sri Andyaningsih, S.E., MM			
No	Dokumen	Tanggal Review	Status Pertimbangan	Paraf
1	Instruksi Pengumpulan data (data primer)	24/06/25	Lengkap	
2	Sumber data (data sekunder)	24/06/25	Lengkap	
3	Raw data/Tabulasi data (data primer)	24/06/25	Lengkap	
4	Hasil Statistik deskriptif	24/06/25	Lengkap	
5	Hasil Uji Validasi dan Reliabilitas Instrumen	24/06/25	Lengkap	
6	Hasil Uji Asumsi Statistik	24/06/25	Lengkap	
7	Hasil Analisis Data Uji Hipotesis	24/06/25	Lengkap	
8	Hasil interpretasi data	24/06/25	Lengkap	
9	Dokumentasi	24/06/25	Lengkap	

\*Harap validator memberi paraf ketika hasil telah lengkap



## LAMPIRAN 12

## VALIDASI ABSTRAK


**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PUSAT VALIDASI DATA**  
Jl. Sultan Alauddin 2/11 Makassar, Gertong Jaya 5. Klp. email: uin562@umh.ac.id

**LEMBAR KONTROL VALIDASI  
ABSTRAK**

NAMA MAHASISWA	ASKUNI DAMAYANTI			
NIM	105741102721			
PROGRAM STUDI	Ekonomi Islam			
JUDUL SKRIPSI	Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Desa Timbueang Kals Takalar			
NAMA PEMBIMBING 1	Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si			
NAMA PEMBIMBING 2	Sri Wahyuni, S.E., M.E			
NAMA VALIDATOR	Dr. Syahidah Rahmah, S.E.Sy., M.E.I.			
N o	Dokumen	Tanggal Revisi/Acc	Urutan Perbaikannya	Paraf *
1	Abstrak	23/07/2025	1. ACC	

\*Harap validator memberi paraf ketika revisi telah selesai



## LAMPIRAN 13

## HASIL PLAGIASI


**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**  
Alamat: Jendral J. Sudirman No. 245 Makassar 90221 Telp. (0411) 866873, 887593, Fax. (0411) 866588

---



**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT**

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,**  
**Menyatakan bahwa mahasiswa yang tercantum namanya di bawah ini:**

Nama : Asriani Darmayanti  
 Nim : 105741102721  
 Program Studi : Ekonomi Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Amilang Betas
1	Bab 1	7%	10 %
2	Bab 2	5%	25 %
3	Bab 3	4%	10 %
4	Bab 4	2%	10 %
5	Bab 5	3%	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang dilakukan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana.

Makassar, 05 Agustus 2025  
 Mengenalai,  
 Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,

  
 NIDN: 964 491

E. Sutan Alamudin, SSI, MPA, NIDN 90221  
 Telepon (0411) 866872, 881593, fax (0411) 866588  
 Website: www.umsu.ac.id  
 E-mail: pcp@umsu.ac.id



# Bab I Asruni Damayanti-105741102721

## ORIGINALITY REPORT

<b>7</b> %	<b>7</b> %	<b>2</b> %	<b>6</b> %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<b>3</b> %
<b>2</b>	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	<b>2</b> %
<b>3</b>	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<b>2</b> %

Exclude quotes ☐ Off  
Exclude bibliography ☐ Off

Exclude matches ☐ < 2%



## Bab II Asruni Damayanti 105741102721

### ORIGINALITY REPORT

**5%** SIMILARITY INDEX

**5%** INTERNET SOURCES

**3%** PUBLICATIONS

**4%** STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<b>3%</b>
<b>2</b>	www.researchgate.net Internet Source	<b>2%</b>

Exclude quotes Off  
Exclude bibliography Off

Exclude matches 4.2%



Bab III Asrun Damayanti 105741102721

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



Submitted to Universitas Diponegoro  
Student Paper

2%



etd.uinsyahada.ac.id  
Internet Source

2%

Exclude quotes: Off

Exclude bibliography: Off

Exclude matches: 0%



Bab IV Asruni Damayanti 105741102721

ORIGINALITY REPORT

2%	2%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a>		2%
Internet Source			

Exclude quotes: 0%

Exclude bibliography: 0%

Exclude matches: 0%



Bab V Asruni Damayanti 105741102721

ORIGINALITY REPORT

5%	5%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.ubaya.ac.id Internet Source	3%
2	repository.ub.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes Off  
Exclude bibliography Off

Exclude matches 2%





## LAMPIRAN 14

## DOKUMENTASI



**KUESIONER PENELITIAN**

Assalamu/alaikum warahmatullahi wabarakatuh.  
Bapak/Ibu Para Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Asruni Damayanti mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Saat ini sedang melakukan penelitian tentang "Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar".

Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur. Data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan untuk kepentingan karya tulis ilmiah/skripsi tersebut.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan pada penelitian ini, yaitu:

1. Perempuan yang berdomisili di Desa Timbuseng, Kab. Takalar.
2. Pernah membeli dan menggunakan produk Wardah
3. Berusia 17-65 tahun

di desa gongga-kam - Pottan

Sen, 24 Feb

**KUESIONER PENELITIAN**  
Assalamu/alaikum warahmatullahi wabarakatuh.  
Assalamu/alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bapak/Ibu para Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Asruni Damayanti mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Saat ini sedang melakukan penelitian tentang "Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Desa Timbuseng Kab Takalar".

Dengan link sebagai berikut <https://forms.gle/2Z8WkP7208y5M>

Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur. Data yang diberikan akan



## BIOGRAFI PENULIS



Asruni Damayanti, panggilan Uni lahir di Takalar pada tanggal 29 Mei 2003 dari pasangan suami istri Bapak Asrul dan Ibu Hasniati. Peneliti adalah anak Pertama dari 2 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Desa Timbuseng Kecamatan Polongbangkeng Timur Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Negeri 53 Sauleya lulus tahun 2015, MTs Assalam Timbuseng lulus tahun 2018, SMA Negeri 9 Takalar lulus tahun 2021, dan mulai tahun 2021 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Ekonomi Islam. Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.