

**PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Kasus Konsumen Muslim MS Glow di Kec. Kedungwuni Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

ANA RISTIANA

NIM 4120012

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Kasus Konsumen Muslim MS Glow di Kec. Kedungwuni Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

ANA RISTIANA

NIM 4120012

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ana Ristiana

NIM : 4120012

Judul Skripsi : **Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Pendapatan sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Konsumen Muslim MS Glow di Kec. Kedungwuni Pekalongan)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 15 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Ana Ristiana

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Ana Ristiana

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

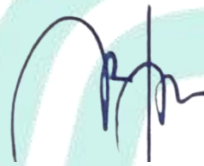
Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Ana Ristiana
NIM : 4120012
Judul Skripsi : **Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Pendapatan sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Konsumen Muslim MS Glow di Kec. Kedungwuni Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 15 Juli 2024
Pembimbing,



Drajat Stiawan, M.Si.
NIP. 198301182015031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **Ana Ristiana**
NIM : **4120012**
Judul Skripsi : **Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Pendapatan sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Konsumen Muslim MS Glow di Kec. Kedungwuni Pekalongan)**
Dosen Pembimbing : **Drajat Stiawan, M.Si.**

Telah diujikan pada hari Senin, 29 Juli 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

M. Aris Safi'i, M.E.I
NIP. 198510122015031004

Penguji II

Husni Awali, M.M
NIP. 198909292019031016

Pekalongan, 30 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah, 2:286)

“Aku percaya bahwa mimpi yang besar berasal dari sebuah mimpi kecil sekalipun melalui perjalanan yang sulit”

-Min Yoongi

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-

gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

-Boy Chandra

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia Pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak.

Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Cinta Pertama dan Panutanku, Ayahanda Casmidi. Beliau memang tidak sempat mengenyam Pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat dan memotivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai memperoleh gelar sarjana.
2. Pintu Surgaku, Ibunda Kasturah. Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski

terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terima kasih sudah menjadi tempatku untuk pulang.

3. Adiku tercinta, Dewi Ayu Sukmawati, terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, doa, dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat, adikku.
4. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Dosen Pembimbing Skripsi saya, Bapak Drajat Stiawan, M.Si. yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan Skripsi ini.
6. Dosen Wali, Bapak Ahmad Syukron, M.EI, yang sudah memberikan arahan terbaik selama saya kuliah.
7. Teruntuk sahabat-sahabat saya Kirei Suci Baekhaqi, Salsabila Pujiariani, Musa Aghista Ahmaddani dan Naelusyifa terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu, dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. *See you on top, guys!*
8. Responden penelitian saya yang telah membantu berpartisipasi dalam jalannya penelitian.
9. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Ana Ristiana terima kasih atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir Skripsi ini. Saya bangga pada diri saya sendiri!

ABSTRAK

ANA RISTIANA. Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Pendapatan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Konsumen Muslim MS Glow Di Kec. Kedungwuni Pekalongan)

Sekarang ini, industri kosmetik berkembang pesat dengan sasaran konsumennya ialah semua kelompok umur, mulai dari remaja hingga dewasa. Kosmetik menjadi hal yang penting untuk menjaga penampilan mereka sehari-hari. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial, menguji pendapatan dapat menjadi moderator hubungan antara label halal terhadap keputusan pembelian, dan menguji pendapatan dapat menjadi moderator hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil yaitu konsumen muslim MS Glow di Kec. Kedungwuni Pekalongan dengan 100 responden. Menggunakan Teknik *Nonprobability Sampling* dan *Insidental Sampling* Teknik Analisa data yang digunakan antara lain Uji Asumsi Klasik, Uji T, Uji Koefisiensi Determinasi, dan Uji *Moderated Regression Anaylsis* (MRA) dengan bantuan IBM SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal dan kualitas produk berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian. Pendapatan dapat memperkuat hubungan antara label halal terhadap keputusan pembelian dan pendapatan dapat memperkuat hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Label Halal, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Pendapatan

ABSTRACT

ANA RISTIANA. The Influence of the Halal Label and Product Quality on Purchasing Decisions with Income as a Moderating Variable (Case Study of MS Glow Muslim Consumers in Kedungwuni District, Pekalongan).

Currently the cosmetics industry is growing rapidly with target consumers being all ages, from teenagers to adults. Cosmetics are important for maintaining everyday appearance. The aim of this research is to partially test the influence of halal labels and product quality on purchasing decisions, income testing can be a moderator of the relationship between halal labels and purchasing decisions, and income testing can be a moderator of the relationship with product quality. and purchasing decisions.

This research is a type of field research with a quantitative approach. The samples taken were Muslim consumers of MS Glow in Kec. Kedungwuni Pekalongan with 100 respondents. By using Non-Probability Sampling and Accidental Sampling Techniques, the data analysis techniques used include the Classical Assumption Test, T Test, Coefficient of Determination Test, and Moderated Regression Analysis (MRA) Test with the help of IBM SPSS 22.

The research results show that the halal label and product quality have a partial positive effect on purchasing decisions. Income can strengthen the relationship between halal labels on purchasing decisions and income can strengthen the relationship between product quality and purchasing decisions.

Keywords: Halal Label, Product Quality, Purchasing Decisions, Income

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Sinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. H. Tamamudin, M.M selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Ibu Happy Sista Devy, M.M. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
7. Bapak Ahmad Syukron, M.EI. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)

8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
9. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT. berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 15 Juli 2024



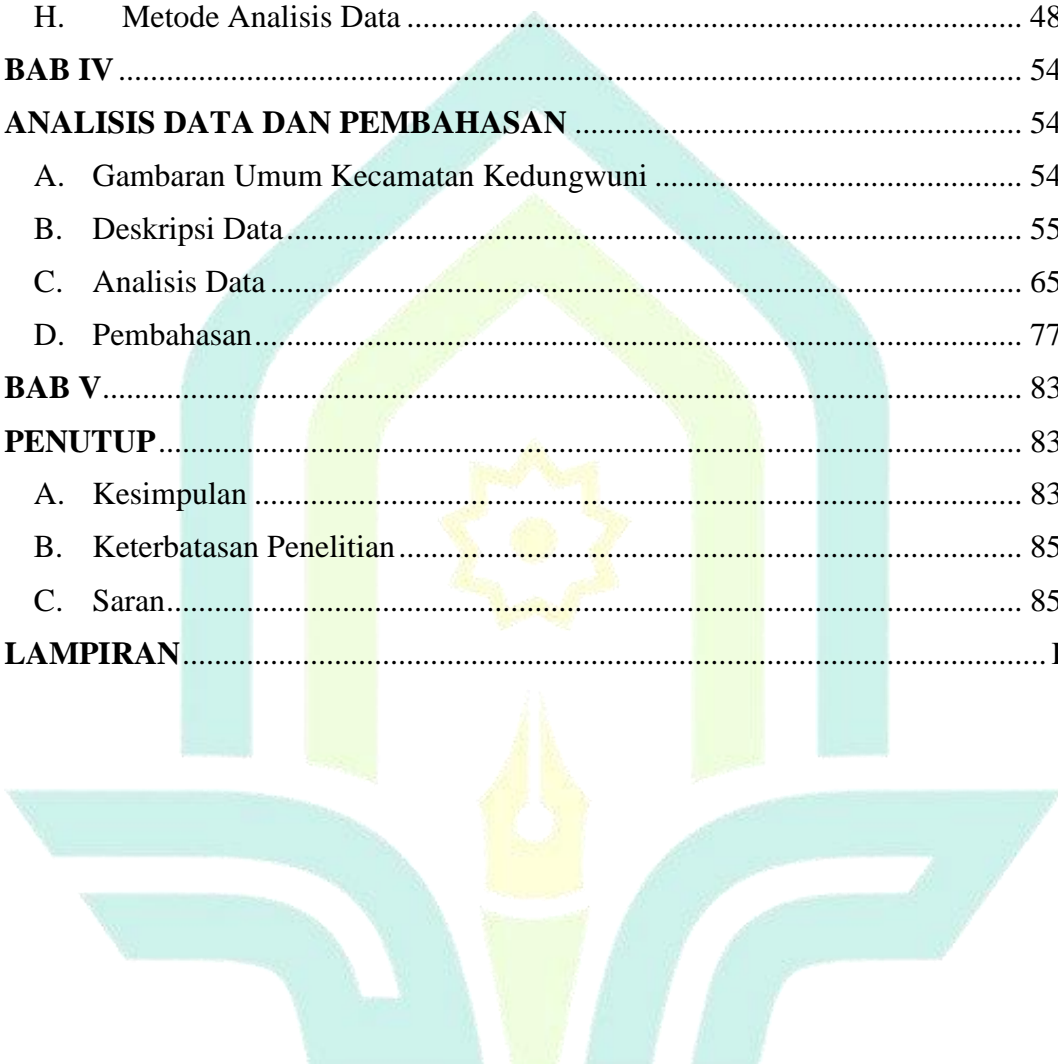
Ana Ristiana

NIM. 4120012

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiv
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Dan Manfaat	8
D. Sistematika Pembahasan	10
BAB II	12
LANDASAN TEORI	12
A. Landasan Teori.....	12
B. Telaah Pustaka	28
C. Kerangka Berpikir	37
D. Hipotesis.....	37
BAB III	43
METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian.....	43

B. Pendekatan Penelitian	43
C. Setting Penelitian	43
D. Populasi dan Sampel	44
E. Variabel Penelitian	45
F. Sumber Data.....	47
G. Teknik Pengumpulan Data	47
H. Metode Analisis Data	48
BAB IV	54
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Kecamatan Kedungwuni	54
B. Deskripsi Data.....	55
C. Analisis Data	65
D. Pembahasan.....	77
BAB V	83
PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Keterbatasan Penelitian.....	85
C. Saran.....	85
LAMPIRAN	I



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158/1978 dan 0543b/U/1987, tanggal 12 Januari 1998.

1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-------	------	-------------	------

َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... سَيَ	Fathah dan ya	Ai	a dani
... سَوَ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ	Ditulis	<i>kataba</i>
فَعَلَ	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Ditulis	<i>zukira</i>
يَذْهَبُ	Ditulis	<i>yazhabu</i>
سُئِلَ	Ditulis	<i>su'ila</i>
كَيْفَ	Ditulis	<i>kaifa</i>
هَوَّلَ	Ditulis	<i>hauila</i>

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
... اِ ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas

...ي	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
...و	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ Ditulis *qāla*

رَمَى Ditulis *ramā*

قِيلَ Ditulis *qīla*

4. *Ta'marbutah*

Transliterasi untuk *ta'marbutah* ada dua:

1. *Ta'marbutah* hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasra dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. *Ta'marbutah* mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan *ta'marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta'marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ Ditulis *raudah al-atfāl*
raudatulatfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ Ditulis *al-Madīnah al-Munawwarah*
al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةَ Ditulis *talḥah*

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	Ditulis	<i>rabbānā</i>
نَزَّلَ	Ditulis	<i>nazzala</i>
الْبِرِّ	Ditulis	<i>al-birr</i>
الْحَجِّ	Ditulis	<i>al-ḥajj</i>

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السَّيِّدُ	Ditulis	<i>as-sayyidu</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>as-syamsu</i>
القَلَمُ	Ditulis	<i>al-qalamu</i>
البَدِيعُ	Ditulis	<i>al-badi'u</i>
الْجَلَالُ	Ditulis	<i>al-jalalu</i>

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

Contoh:

تَاخُذُونَ	Ditulis	<i>ta'khuḏūna</i>
النَّوْءُ	Ditulis	<i>an-nau'</i>
سَيِّئٌ	Ditulis	<i>syai'un</i>
إِنَّ	Ditulis	<i>inna</i>
أُمِرْتُ	Ditulis	<i>umirtu</i>
أَكَلٌ	Ditulis	<i>akala</i>

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ هُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn

Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

Wa auf al-kaila wa-almizān

Wa auf al-kaila wal mizān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmul-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا

Bismillāhimajrehāwamursahā

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ

Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistaṭā'a ilaihi sabīla

سَبِيلًا

Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā'a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam *EYD*, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis

dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	<i>Wa mā Muhammadun illā rasl</i>
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ	<i>Inna</i>
مُبَارَكًا	<i>awwalabaitinwuḍi 'alinnās ilallaẓībi</i>
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	<i>bakkatamubārakan</i>
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ	<i>Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fih</i>
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	<i>al-Qur 'ānu</i>
	<i>Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihil</i>
	<i>Qur 'ānu</i>
	<i>Walaqadra 'āhubil-ufuq al-mubīn</i>
	<i>Walaqadra 'āhubil-ufuqil-mubīn</i>
	<i>Alhamdulillāhirabbil al- 'ālamīn</i>
	<i>Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn</i>

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرًا مِنَ اللَّهِ وَفَتْحَ قَرِيبٌ	<i>Naṣrunminallāhiwafathunqarīb</i>
اللَّهُ الْأَمْرُ جَمِيعًا	<i>Lillāhi al-amrujamī'an</i>
	<i>Lillāhil-amrujamī'an</i>
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	<i>Wallāhabikullisyai'in 'alīm</i>

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid .Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

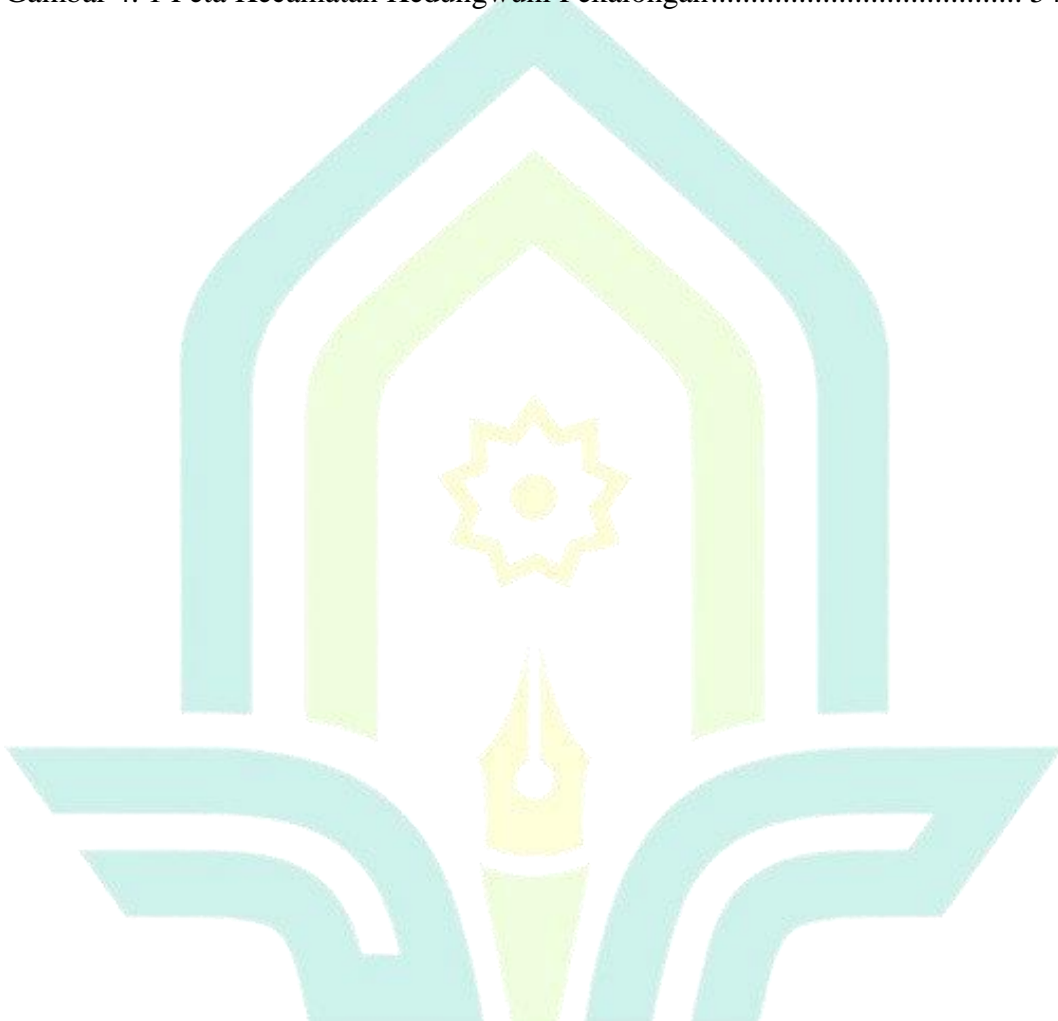


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Agama yang dianut Masyarakat di Kecamatan Kedungwuni.....	3
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 3. 2 Skala Likert	48
Tabel 4. 1 Batas Wilayah	55
Tabel 4. 2 Pembagian Administrasi	55
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Alamat Tinggal	58
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir....	60
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan...	62
Tabel 4. 9 Analisis Statistik Deskriptif Mengenai Variabel Label Halal.....	63
Tabel 4. 10 Analisis Statistik Deskriptif Mengenai Variabel Kualitas Produk.....	64
Tabel 4. 11 Analisis Statistik Deskriptif Mengenai Variabel Pendapatan	64
Tabel 4. 12 Analisis Statistik Deskriptif Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Label Halal (X1)	66
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)	66
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Pendapatan (Z)	66
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	67
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	67
Tabel 4. 18 Hasil Uji Normalitas Metode Kolmogrov-smirnov	68
Tabel 4. 19 Hasil Uji Linearitas	69
Tabel 4. 20 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4. 21 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 4. 22 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	71
Tabel 4. 23 Hasil Uji T label halal	73
Tabel 4. 24 Hasil Uji T kualitas Produk.....	73
Tabel 4. 25 Hasil uji koefisiensi determinasi	74
Tabel 4. 26 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)	75
Tabel 4. 27 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Kualitas Produk dan Pendapatan	76

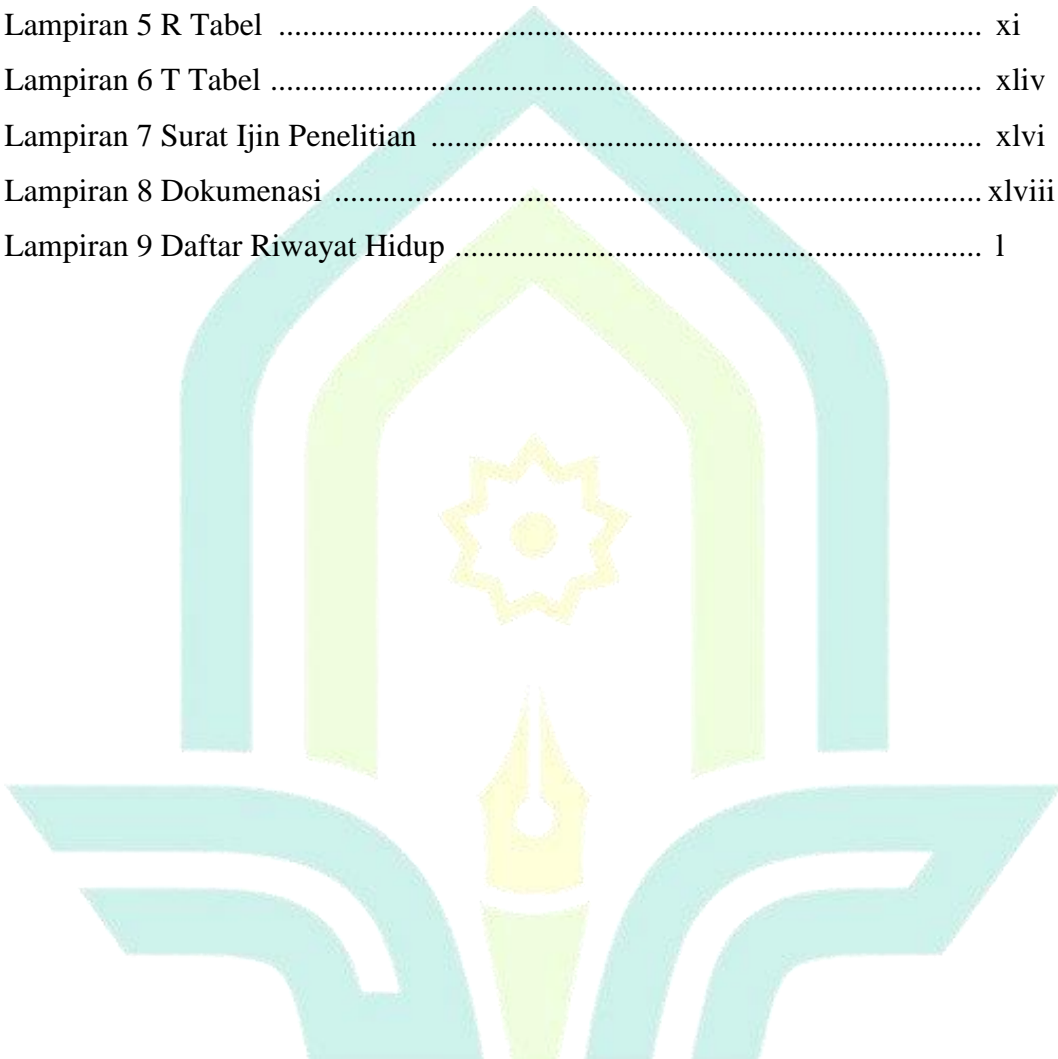
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara Konsumen Produk Kosmetik Halal Terbesar Di Dunia	2
Gambar 1. 2 Sepuluh Brand Skincare Terlaris Di E-Commerce	4
Gambar 1. 3 Agen Resmi MS Glow di Kabupaten Pekalongan	6
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian	17
Gambar 2. 2 Logo Halal MUI dan Halal Indonesia	20
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4. 1 Peta Kecamatan Kedungwuni Pekalongan.....	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	i
Lampiran 2 Data Identitas Responden	vii
Lampiran 3 Data Mentah Hasil Kuesioner	xv
Lampiran 4 Hasil Uji Analisis Menggunakan SPSS versi 22	xxiv
Lampiran 5 R Tabel	xi
Lampiran 6 T Tabel	xliv
Lampiran 7 Surat Ijin Penelitian	xlvi
Lampiran 8 Dokumentasi	xlviii
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup	1



BAB I

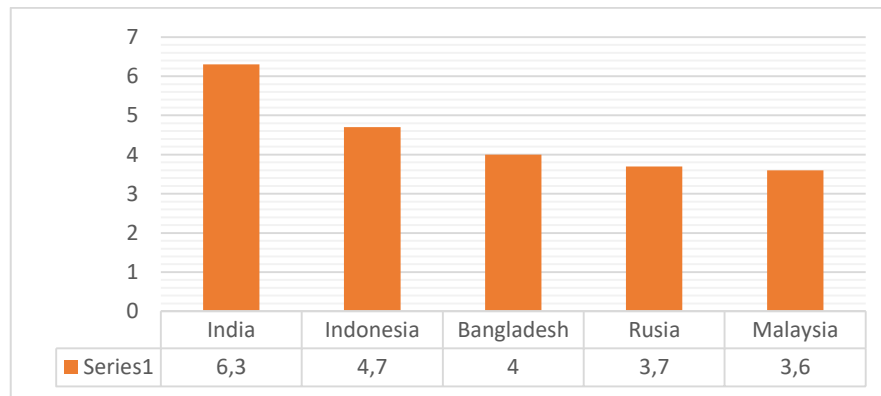
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sekarang ini, industri kosmetik berkembang pesat dengan sasaran konsumennya ialah semua kelompok umur, mulai dari remaja hingga dewasa. Kosmetik menjadi hal yang penting untuk menjaga penampilan mereka sehari-hari. Persaingan yang sengit di pasar produk kecantikan sebagai akibat dari berbagai *trend* kecantikan yang muncul (Sitompul, 2021). Hal ini menunjukkan meningkatnya minat masyarakat Indonesia terhadap kosmetik. Populasi muslim terbesar ada di Indonesia, sehingga sangat penting dalam memasarkan produk ini aman dan memenuhi standar halal. Kaitannya tidak hanya tentang kepercayaan agama, namun juga dari segi kesehatan, keuangan, keamanan serta kebutuhan ibadah. Menyediakan produk aman juga halal dengan label dan sertifikasi halal berimbas pada prospek yang sangat baik untuk bisnis karena dapat menarik pelanggan setia bukan hanya disukai konsumen muslim dan juga non- muslim (Warto & Samsuri, 2020).

Berikut merupakan data negara yang paling banyak mengonsumsi produk makanan dan kosmetik halal di dunia menurut *Dinar Standard* selaku Lembaga kajian internasional:

Gambar 1. 1 Negara Konsumen Produk Kosmetik Halal Terbesar Di Dunia



Sumber : (Dinar Standard, 2023)

Dari data di atas menunjukkan bahwa masyarakat muslim di Indonesia menempati urutan kedua di dunia untuk konsumsi kosmetik halal. Menurut data dari *Dinar Standard*, konsumen Indonesia akan membelanjakan US \$4,7 miliar untuk kosmetik halal pada tahun 2022. Dengan negara India yang menempati posisi pertama dengan total konsumsi US \$6,3 miliar (Dinar, 2023).

Mengacu hal tersebut diketahui bahwasannya sektor kosmetik domestik mengalami perkembangan sehingga menggerakkan perusahaan kosmetik guna terus menawarkan terobosan baru sebagai jawaban atas tuntutan pelanggan mereka agar tetap kompetitif bersaing dipasaran. Perkembangan persediaan kosmetik saat ini menunjukkan variasi yang semakin bertambah, baik dalam jenis maupun merek, dengan produk yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pengguna. Umumnya, kosmetik dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu modern dan tradisional, sementara berdasarkan fungsi, kosmetik dapat dibagi menjadi kosmetik perawatan (*skin care*) yang

dirancang untuk merawat kulit wajah, dan kosmetik dekoratif (*make up*) yang bertujuan untuk meningkatkan penampilan dan kepercayaan diri pengguna (Savitri, 2023).

Hal tersebut beriringan dengan semakin banyaknya orang yang menyadari pentingnya memilih produk yang sesuai dengan nilai hukum Islam dalam memenuhi tuntutan mereka, pencantuman label halal menjadi faktor lain yang diperhitungkan dalam persaingan industri kecantikan (Adisty Amin, 2020).

Tabel 1. 1 Agama yang dianut Masyarakat di Kecamatan Kedungwuni

Kecamatan	Islam	Katolik	Protestan	Budha	Hindu	Lainnya	Jumlah Total
Kedungwuni	95.17	244	109	22	10	0	95.544

Sumber : (Badan Pusat Statistik, 2022)

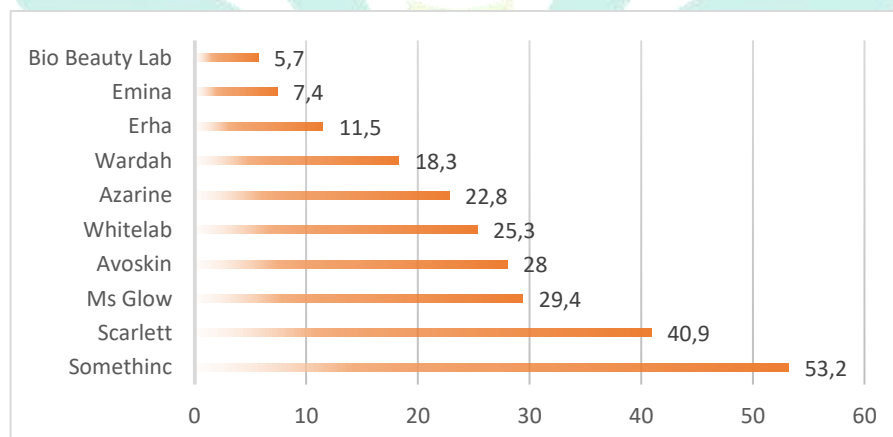
Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa mayoritas agama yang dianut masyarakat di kecamatan kedungwuni yaitu islam, yaitu dengan angka 95.17 dari total penduduk yang ada di Kecamatan Kedungwuni. Dengan demikian sudah seharusnya masyarakat di Kecamatan Kedungwuni memperhatikan produk-produk yang akan mereka konsumsi karena mereka merupakan seorang muslim, terutama untuk konsumen yang menggunakan produk perawatan wajah, sudah seharusnya mereka memilih produk perawatan yang sudah jelas kehalalannya dan memilih produk perawatan yang sudah memiliki label halal pada kemasannya.

Selain membuat kulit tampak cantik, produk kosmetik halal diciptakan sesuai syariat Islam sehingga menjadi pilihan bagi konsumen yang lebih

mengutamakan kualitas dan keamanan produk dalam pemilihan produk kosmetik. Kosmetik halal biasanya diberi label dicetak langsung di barang tersebut. Sementara itu belakangan ini marak beredar dipasaran kosmetik yang mengandung bahan-bahan berbahaya seperti merkuri, hidroquinon, formalin, phthalates, timbal, dan bahan berbahaya lainnya, di Kecamatan Kedungwuni sendiri terkadang masih sering dijumpai produk perawatan wajah abal-abal dengan klaim mencerahkan dengan harga jauh di bawah pasaran produk skincare sehingga masih banyak konsumen yang tergiur untuk membeli produk tersebut namun mereka tidak memperhatikan ada tidaknya label halal pada kemasan produk tersebut dan juga mereka terkadang tidak tau kandungan apa saja yang ada di dalam produk itu. Adanya label halal membuat konsumen lebih percaya jika produknya sudah aman dan tidak dikhawatirkan menyebabkan permasalahan pada kulit di kemudian hari (Paramita & Ali, 2022).

Berikut adalah beberapa produk kosmetik serta skincare yang menduduki peringkat sepuluh besar dengan penjualan terlaris di *E-Commerce*:

Gambar 1. 2 Sepuluh Brand Skincare Terlaris Di E-Commerce

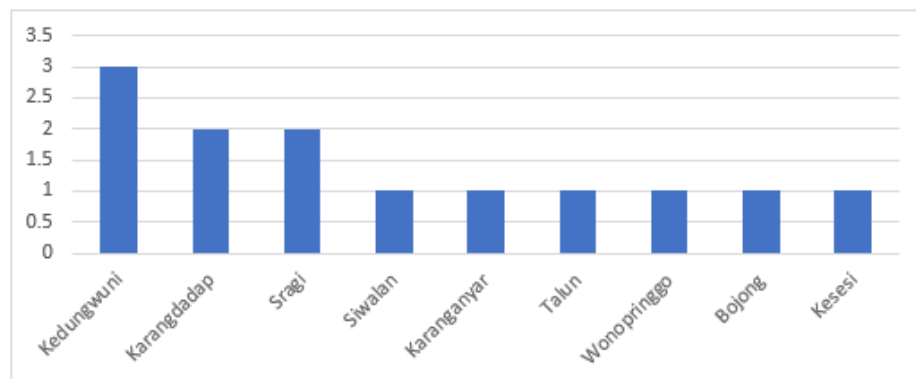


Sumber : (Compas.id, 2023)

Data diatas menunjukkan sepuluh merek perawatan kulit lokal yang paling populer di platform belanja online yang dikutip dari (Compas.id, 2023). Dimana produk MS Glow menduduki peringkat ketiga dengan penjualan Rp 29,4 Miliar. Kosmetik MS Glow merupakan salah satu dari banyaknya *brand* yang telah mengantongi sertifikasi halal LPPOM MUI. Sebuah perusahaan bernama MS Glow memproduksi kosmetik, termasuk produk perawatan kulit dengan Shandy Purnamasari, selaku pendiri dan pemilik MS Glow. Tahun 2020, MS Glow memenangkan *Best Brand Award* se-Indonesia (IBBA) kriteria Perawatan wajah istimewa. Semua itu tidak lepas dari kesuksesan iklan produk perawatan kulit di media sosial serta testimoni yang positif. Mereka juga dapat menarik perhatian konsumen karena fakta bahwa mereka menggunakan kosmetik yang telah terdaftar di BPOM dan disertifikasi halal (Situs Resmi MS Glow, 2024).

Di Kabupaten Pekalongan sendiri terdapat lebih dari 13 Agen resmi MS Glow dari berbagai Kecamatan yang ada di Kabupaten Pekalongan yang dimana setiap agen memiliki reseller dri berbagai wilayah msing-masing sesuai domisili reseller tersebut. Berikut adalah data agen resmi MS Glow Yang ada di Kabupaten Pekalongan yang termasuk Kecamatan Kedungwuni di dalamnya:

Gambar 1. 3 Agen Resmi MS Glow di Kabupaten Pekalongan



Sumber : (Data peta,2023)

Berdasarkan gambar 1.3 agen resmi produk MS Glow paling banyak terdapat di Kecamatan kedungwuni dibandingkan dengan kecamatan yang lain. Dengan kualitas produk yang dimiliki MS Glow membuat produk tersebut dengan mudah masuk ke dalam pasar terutama di Kecamatan Kedungwuni.

Pola pembelian konsumen berubah seiring dengan meningkatnya pendapatan yang mereka terima (Sukmawati, 2020). Tingkat pengeluaran seseorang berinvestasi positif dengan tingkat pendapatannya (Rizky & Rosalina Noor, 2020). Masyarakat dengan pendapatan yang tinggi cenderung lebih dapat memilih produk apa saja yang akan mereka gunakan, sedangkan masyarakat dengan pendapatan yang tergolong kecil akan membelanjakan pendapatan mereka kepada produk-produk yang memiliki harga yang paling murah. Pendapatan rata-rata yang diperoleh masyarakat kedungwuni berkisar antara Rp 500.000 – Rp 2.334.884 sesuai dengan UMK di Kabupaten Pekalongan (Kompas.com, 2024). Masyarakat dengan pendapatan rendah biasanya mudah tergiur dengan produk-produk skincare dengan harga yang

murah namun dengan klaim yang bisa mencerahkan kulit wajah, sehingga banyak dari mereka yang memutuskan membeli produk yang belum diketahui kualitasnya dengan pendapatan yang mereka miliki.

Pemilihan lokasi penelitian di Kecamatan Kedungwuni bukan tanpa alasan, tetapi peneliti merasakan bahwa pada lokasi tersebut masyarakat yang belum sepenuhnya mengetahui produk-produk skincare yang beredar di wilayah Kecamatan Kedungwuni memiliki label halal dan juga kualitas produknya yang belum terjamin, mereka hanya menyesuaikan pendapatan yang mereka miliki untuk membeli produk skincare dengan hanya yang murah namun tidak memperhatikan kualitas produknya. Bukan hanya itu, peneliti memilih lokasi penelitian ini juga didasari dari gap penelitian dimana pada penelitian terdahulu lokasi dan sampel yang berbeda menghasilkan temuan yang berbeda. Oleh karena itu peneliti memilih lokasi penelitian di Kecamatan Kedungwuni Pekalongan untuk melihat dari fenomena dan karakteristik sampel yang setiap lokasi berbeda hasilnya.

Dari penjelasan di atas, keputusan pembelian produk skincare dapat membuat konsumen tergoda untuk membeli produk perawatan wajah yang belum terjamin kualitas karena mereka hanya menyesuaikan dengan pendapatan yang mereka miliki. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan pendapatan sebagai variabel moderating dan dilaksanakan oleh konsumen muslim MS Glow yang ada di Kecamatan Kedungwuni Pekalongan. Dimana penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui

pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan pendapatan sebagai variabel moderating pada konsumen muslim yang ada di kecamatan kedungwuni. Peneliti dalam melaksanakan penelitian, mengangkat topik ini berdasarkan fenomena semakin banyaknya kosmetik berbahaya yang beredar dipasaran, dengan hal itu peneliti tertarik untuk meneliti Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Pendapatan sebagai Variabel Moderating pada konsumen muslim di Kecamatan Kedungwuni.

B. Rumusan Masalah

Berbagai masalah penelitian ini dapat dirumuskan dari penjelasan latar belakang di atas, seperti:

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk MS Glow?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk MS Glow?
3. Apakah pendapatan mampu memoderasi pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk MS Glow?
4. Apakah pendapatan mampu memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk MS Glow.

C. Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Sebagaimana rumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini perlu dilakukan guna:

- a. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk MS Glow.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk MS Glow.
- c. Untuk mengetahui apakah pendapatan mampu memoderasi pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk MS Glow.
- d. Untuk mengetahui apakah pendapatan mampu memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk MS Glow.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penulis berharap temuan penelitian ini mampu membantu pihak-pihak yang berkepentingan dengan masalah tersebut serta menambah khasanah keilmupengetahuan juga referensi dalam penelitian sejenis sehingga dapat memberikan pemahaman kepada pihak-pihak yang bersangkutan agar dapat melakukan keputusan pembelian yang lebih baik lagi kedepannya.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Konsumen

Diharapkan penelitian ini semog dapat memberi pengetahuan serta pemahaman mengenai produk MS Glow dan bisa digunakan untuk bahan mempertimbangkan label halal dan kualitas produk dalam melakukan keputusan pembelian dengan pendapatan sebagai variabel moderating terhadap produk MS Glow.

2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi anjuran maupun saran pada pihak MS Glow terkait keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh label halal dan kualitas produk dengan pendapatan sebagai variabel moderating serta bahan evaluasi agar keputusan pembelian konsumen meningkat.

3) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberi bukti empiris mengenai ada atau tidaknya pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan pendapatan sebagai variabel moderating terhadap produk MS Glow.

D. Sistematika Pembahasan

Pembahasan sistematis adalah penjelasan singkat atau padat mengenai berbagai isi yang akan dibahas dengan cara mengelompokkannya secara terstruktur agar mudah dipahami semua pembaca.

Sistematika penulisan proposal penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan menjelaskan latar belakang permasalahan yaitu pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan pendapatan sebagai variabel moderating pada produk kosmetik ms.glow, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab dua mempelajari teori dasar terhadap label halal, kualitas produk, keputusan pembelian, pendapatan, dan kerangka pemikiran, serta hipotesis atau dugaan sementara.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab 3 meliputi jenis-jenis penelitian dan pendekatan penelitian, mengapa jenis dan pendekatan tersebut digunakan, variabel atau bagian penelitian yang diterapkan dalam riset, populasi serta sampel yang dijadikan sebagai alat penelitian, juga teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, tidak lupa cara atau metode analisis data, dijelaskan tentang hal itu. Digunakan untuk mengukur variabel yang diangkat.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab empat membahas deskripsi data, analisis data, dan temuan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bagian penutup penelitian terdiri dari kesimpulan serta saran. Selanjutnya, referensi dan lampiran yang diperlukan disertakan.

BAB V

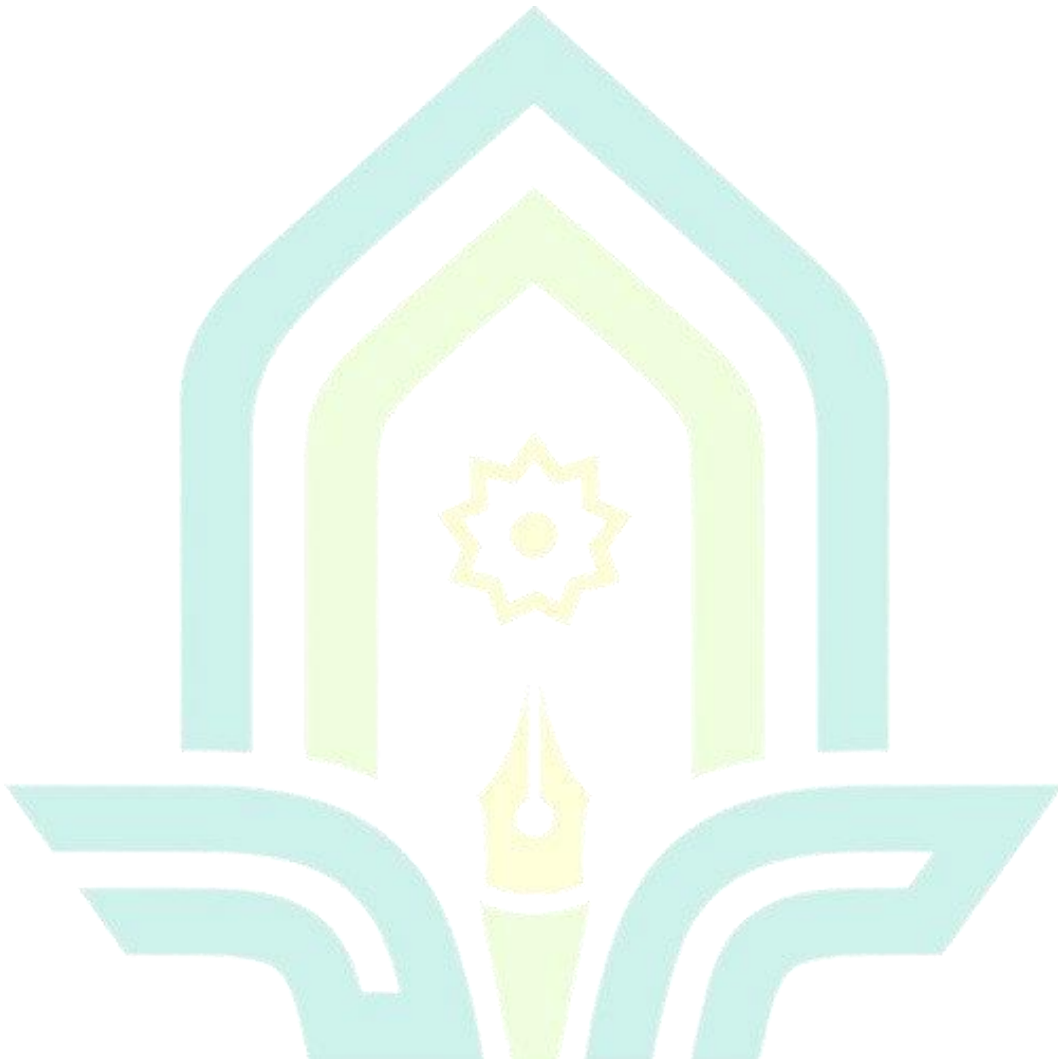
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian serta analisis data, maka dapat dirumuskan kesimpulan pembahasan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif antara variabel label halal terhadap keputusan pembelian pada produk MS Glow. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pengujian hipotesis kesatu yang diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa label halal menjadi salah satu pilihan konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk perawatan wajah.
2. Terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk MS Glow. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pengujian hipotesis kedua yang diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk menjadi salah satu pilihan konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk perawatan wajah.
3. Pendapatan berpengaruh positif dan memoderasi pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk MS Glow. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pengujian hipotesis ketiga yang diterima, sehingga konsumen dengan pendapatan tinggi memiliki lebih banyak referensi dalam menentukan produk perawatan yang akan mereka gunakan, salah satunya yaitu dengan sudah adanya label halal pada kemasan produknya.

4. Pendapatan berpengaruh positif dan memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk MS Glow. Hal ini ditunjukkan oleh



hasil pengujian hipotesis keempat yang diterima, sehingga konsumen dapat membuat pilihan yang lebih beragam pada suatu produk dengan pendapatan yang mereka miliki dan melakukan pembelian kepada produk yang memiliki kualitas yang baik daripada produk sejenis lainnya yang belum pasti kualitasnya.

B. Keterbatasan Penelitian

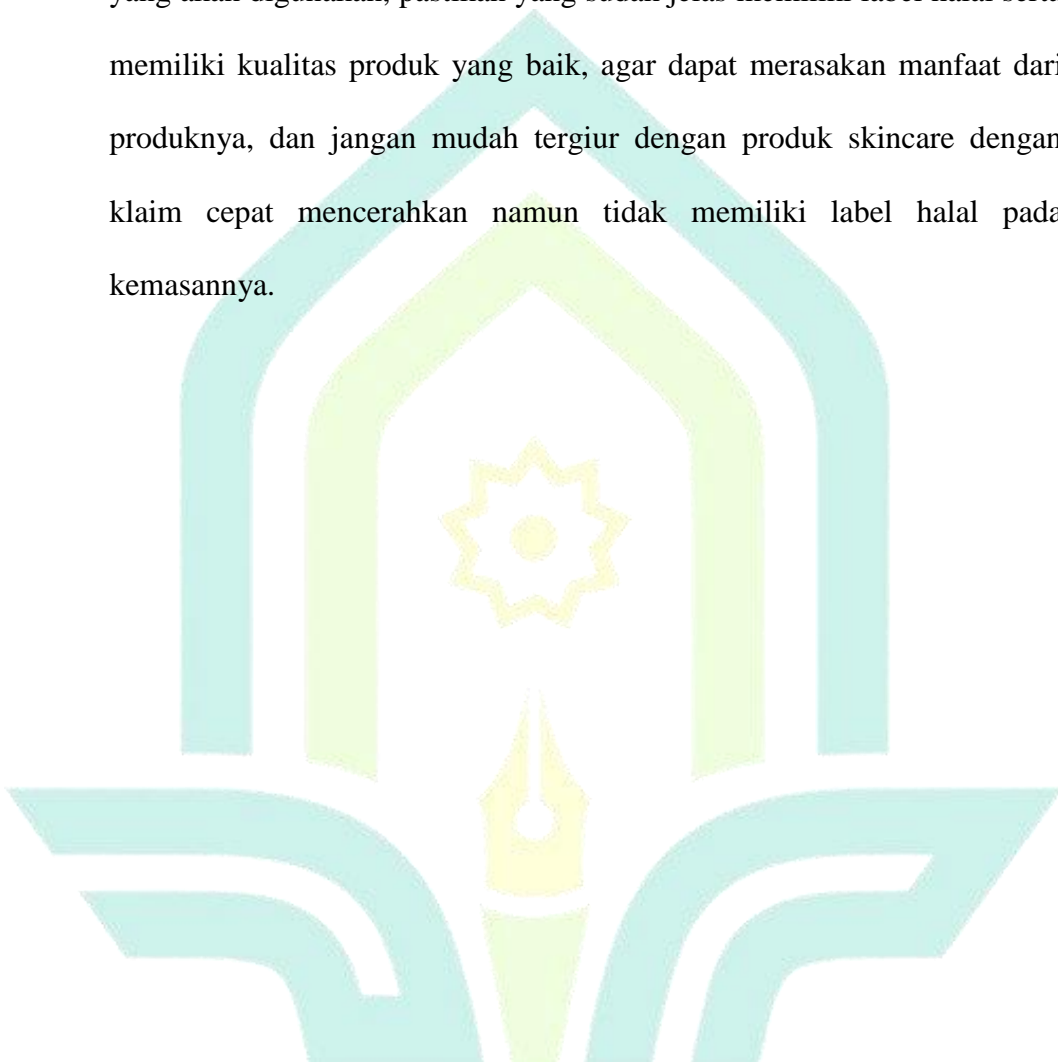
Batasan penelitian yang dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya adalah:

1. Riset ini hanya berfokus pada dua variabel yaitu variabel label halal serta kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Sehubungan dengan penelitian selanjutnya perlu dikembangkan lagi untuk mengetahui variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Dalam penelitian ini hanya digunakan satu variabel kontrol yang dapat mempengaruhi interaksi antara variabel independen dan variabel dependen.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada teori perilaku terencana

C. Saran

1. Berdasarkan temuan tersebut, konsumen muslim MS Glow di Kecamatan Kedungwuni, pastikan tetap teliti dalam melakukan pembelian produk MS Glow dan pastikan membeli produk pada agen resmi atau reseller resmi dari MS Glow agar tidak tertipu dengan barang palsu yang justru nantinya dapat menyebabkan permasalahan pada kulit wajah.

2. Bagi perusahaan diharapkan tetap menjaga kualitas produk dari MS Glow agar tetap mempertahankan keputusan pembelian MS Glow dari para konsumen dan tidak pindah kepada produk lainnya.
3. Bagi masyarakat, lebih berhati-hati lagi dalam memilih produk skincare yang akan digunakan, pastikan yang sudah jelas memiliki label halal serta memiliki kualitas produk yang baik, agar dapat merasakan manfaat dari produknya, dan jangan mudah tergiur dengan produk skincare dengan klaim cepat mencerahkan namun tidak memiliki label halal pada kemasannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Adisty Amin, M. L. R. (2020). Pengaruh label halal, citra merek, dan online consumer review terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam E-ISSN: 2686-620X Halaman 151-164*, 3, 151–164.
- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *JURNAL CAPITAL : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 118–138. <https://doi.org/10.33747/capital.v3i1.80>
- Agistya, N. E., & Khajar, I. (2022). Analisis Pengaruh Kesadaran Halal, Sikap, Norma Subjektif Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Makanan Halal Rocket Chicken Di Kesesi (Study Pada Masyarakat Pekalongan). *Konstelasi Ilmia Mahasiswa Unissula (KIMU)* 7, 345–364. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimue/article/viewFile/20412/6581>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Albab Al Umar, A. U., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluaarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641–647. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.348>
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran* (Edisi 1). PT Rajagrafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. (2022). <https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/26/915/tingkat-inflasi-tahun-ke-tahun-gabungan-90-kota-sup-1-sup-2018-100-.html>
- Bps. (2022). *Kecamatan Kedungwuni Dalam Angka*.
- Compas.id. (2023). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce - Kompas*. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Darsono, J. T., Susana, E., & Prihantono, E. Y. (2020). Implementasi Theory of Planned Behavior terhadap Pemasaran Usaha Kecil Menengah melalui E-Commerce. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan (JMDK)*, vol 8, 206–215.
- Dendy. (2020). The Effect of Halal Labeling, Brands, and Prices on Purchasing Decisions to the Chatime Drinks. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3),

239–256.

- Dessyaningrum, C., Samsir, & Yulia, E. (2020). Pengaruh kualitas mobile, harga, dan kualitas produk dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel moderasi terhadap keputusan pembelian online situs shopee. *Tepak Manajemen Bisnis*, XII(3).
- Dinar, S. (2023). *State of the Global Islamic Economy Report 2022*. <https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2022>
- Edy, I. T. (2020). *Analisis Faktor Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektroik Pada UD. Dewi Sri Elektronik Lamongan*. 19(1), 124–129.
- Fathya Al Adawiyah. (2018). *Pengaruh Lifestyle, Label Halal dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang*. 103.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (9th ed.).
- Hartini, K. (2019). Keputusan Pembelian Secara Taqsith dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari . 1 Kebutuhan manusia terkait dengan kehidupan sehari-hari . Menurut Setiadi dan Kolip yang dimaksud dengan lingkungan sosial baik secara langsung maupun tidak langsung. *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, IV(7).
- Haryanti, Intisari, I. & M. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian Produk UMKM Di Kota Bima. *Jurnal Inovasi Penelitian JIP*, 2(1).
- Heriyati, P., Bismo, A., & Erwinta, M. (2024). *Jakarta's Generation Z and Local Fashion Industry: Unveiling the Impact of Brand Image, Perceived Quality, and*. 15(March), 69–77. <https://doi.org/10.21512/bbr.v15i1.10162>
- Kemenag.Go.Id. (2024). *Logo Bpom Halal*. https://www.google.com/search?q=Logo+Bpom+Halal&Oq=Logo+Bpom&Gs_Lcrp=Egzjahjvbwuqbwgbeaaygaqydagaeuyorixaxiabdhcaeqabiabdhcaiqabiabdhcamqabiabdhcaqqabiabdhcauqabiabdhcayqabiabdhcacqabiabdhcagqabiabdhcakqabiabnibcdq5njvqmgo3qaiasaia&Sourceid=Chro
- Kompas.com. (2024). *Gaji UMK Pekalongan 2024*.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas* (Edisi tiga). Erlangga.

- Kusuma, I., Lasmana, A., Afif, M., Hambani, S., & Faniska, N. (2021). Pengaruh Partisipasi Anggaran, Evaluasi Anggaran Dan Kejelasan Sasaran Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akunida*, 7(2), 217–230. <https://doi.org/10.30997/jakd.v7i2.4804>
- Marissa, N. (2023). Pengaruh Label Halal , Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Produk Kosmetik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi (JURRIE)*, 2(2).
- Mujiono, F. V. S. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal, Pendapatan dan Harga Produk terhadap Preferensi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor. *Jurnal Ilmiah*, 1, 1–15. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4991>
- Mulyadi. (2020). *Pengaruh Variasi Produk dan sistem pembayaran terhadap pendapatan usaha panglong kayu di kecamatan muaradua*. 202–212.
- Murniasih, N. N., Luh, N., & Sayang, W. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Pada Minat Beli Ulang Produk Skincare MS Glow Di Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 140–148.
- Nadiya, F. hasna & S. W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 1096–1104.
- Nasution, S. L. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Pelayanan, Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Master Cash & Credit Kota Pinang. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(1), 60–69. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i1.35>
- Nofrizal, S. (2023). Can Product Quality Improve Purchase Decisions in E-Commerce and Social Media through Customer Loyalty and Trust? *Binus Business Review*, 14(2), 147–161. <https://doi.org/10.21512/bbr.v14i2.8800>
- Nurhayati, S., Indrawati, H., & Asmit, B. (2023). Pengaruh Umur Usaha, Kualitas Produk, Dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Tahu Dan Tempe Di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 466–480.
- Pangastuti, J., & Prastiti, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri*. 2, 69–84.

- Paramita, A., & Ali. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen : Analisis Labelisasi Halal terhadap Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah di Bekasi). *Jurnal Ilmu Multidisplin (JIM)*, 1(3), 554–570.
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 144. <https://doi.org/10.31000/almaal.v1i2.1847>
- Rizky, & Rosalina Noor. (2020). Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Impor Pada Konsumen Pengguna E-commerce Sociolla (Studi Pada Mahasiswa di Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1–14.
- Rosalia, Y. (2021). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen*, 68–75.
- Rosyada, M., Halal, L., & Pembelian, K. (2022). Analisis Pengaruh Brand Awareness , Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. 13(2), 213–218.
- Savitri, Y. O. & N. S. S. (2023). Hubungan Faktor Sosial Dengan Perilaku Pembelian Kosmetik Merek X Pada Remaja Di Kelurahan Pegangsaan, Kecamatan Menteng, Jakarta Pusat. 01(04), 799–805.
- Seni, N. N. A. & N. M. D. R. (2017). Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *Ekonomi, E-Jurnal Udayana, Bisnis Universitas Squares*, 12, 4043–4068.
- Sitama, M. F., & Cahyono, E. F. (2020). Faktor-Faktor Penilaian Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Kosmetik Halal (Studi Kasus Mahasiswi Muslimah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(3), 599. <https://doi.org/10.20473/vol6iss20193pp599-624>
- Sitompul, S. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 7(1), 50–64. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v7i1.402>
- Situs Resmi MS Glow*. (2024). <https://msglowid.com/sellers/findbyid>
- Sonia Cipta Wahyurini, & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra*

Manajemen, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>

Sousa, Farhangmehr, M. (2018). Pengaruh kecenderungan kosmopolitanisme konsumen dan etnosentrisme terhadap niat membeli dan berkunjung ke luar negeri. *Jurnal Internasional Budaya Digital Dan Pariwisata Elektronik*, 2 (3).

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke). Alfabeta CV.

Sukmawati, E. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Kpr Pada Pt Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Prabumulih. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 5(2), 53–72. <https://doi.org/10.36908/isbank.v5i2.116>

Sukoco, A. A. (2023). Kualitas Produk, Harga dan Pendapatan pada Niat Beli Produk Convenience. *FMI Papua* 15, 1, 72–84.

Sunarya, E. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli dengan Pendapatan Konsumen sebagai Variabel Moderasi di Kabupaten Bulukumba (Studi pada Produk Masker Dan Face shield)*. [http://repositori.uin-alauddin.ac.id/20615/%0Ahttp://repositori.uin-alauddin.ac.id/20615/1/Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/20615/%0Ahttp://repositori.uin-alauddin.ac.id/20615/1/Pengaruh%20Kualitas%20Produk%20dan%20Harga%20Terhadap%20Minat.pdf)

Tafsir web. (n.d.). *Qs An-Nahl ayat 114*. Retrieved January 18, 2024, from https://www.google.com/search?q=qs+an-nahl+ayat+114&oq=qs+an-nahl+ayat+114&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOdIBCDUwNjVqMG03qAIAA&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Tajudinnur, &, & Fazriansyah. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Pemasaran Digital Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Sebatik*, 26(2), 673–687. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i2.2112>

Teng, W. (2020). Pentingnya citra perusahaan bagi merek dalam negeri dimoderasi oleh etnosentrisme konsumen. *Jurnal Manajemen Produk & Merek*, 29 (3), 257–272.

Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>

Waidah, D. F., Raya, J., Timah, K., Uma, T., Karimun, K., & Karimun, U. (2019).

Pengaruh Faktor Pendapatan dan Pendidikan Konsumen Terhadap Membeli Sepeda Motor Di Kecamatan Karimun Kapulauan Riau. *Jurnal Elektronik Rekaman*, 3.

Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>

Winata, V. P. D. & I. Y. (2023). *The Effect of Price, Product and Place on the Purchase Decision of Kopi Janji Jiwa Samarinda in Islamic Economic Perspective*. 5(2), 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>

Wulandari, S. (2021). *Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo)*. 4(1), 21–26.

Yunitasari, E., & Parahiyanti, C. R. (2022). Investigating the Effect of Consumer Ethnocentrism, Cosmopolitanism, and Relative Product Quality to Brand Preferences: An Insight from Generation Z in Indonesia. *Binus Business Review*, 13(3), 259–272. <https://doi.org/10.21512/bbr.v13i3.8341>

Zulfa, E. A., Ismail, T. Q., Hayatullah, I. K., & Fitriana, A. (2023). Regulation and law enforcement on the protection of halal products in Indonesia. *Cogent Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2273344>



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS

1. Nama : Ana Ristiana
2. Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 08 Oktober 2001
3. Alamat Rumah : Dukuh Penciran, RT/RW 20/01, Desa Podo, Kec. Kedungwuni, Kab. Pekalongan
4. Alamat Tinggal : Dukuh Penciran, RT/RW 20/01, Desa Podo, Kec. Kedungwuni, Kab. Pekalongan
5. Nomor Handphone : 0857-9902-9340
6. Email : anaristiana03@gmail.com
7. Nama Ayah : Casmidi
8. Pekerjaan Ayah : Buruh
9. Nama Ibu : Kasturah
10. Pekerjaan Ibu : Pedagang

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD Negeri 03 Podo (2008-2014)
2. SMP : SMP Negeri 1 Kedungwuni (2014-2017)
3. SMK : SMK Muhammadiyah Bligo (2017-2020)

Pekalongan, 15 Juli 2024



Ana Ristiana