



**PENGARUH PROMOSI, LABEL HALAL DAN BPOM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK WARDAH
(Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN
Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

KURNIA WATI
NIM. 2013114270

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2018**



**PENGARUH PROMOSI, LABEL HALAL DAN BPOM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK WARDAH
(Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN
Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

KURNIA WATI
NIM. 2013114270

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2018**



SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kurnia Wati

Nim : 2013114270

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Label Halal dan BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan)

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 23 Oktober 2018

Yang Menyatakan,



Kurnia Wati

NIM: 2013114270



NOTA PEMBIMBING

Agus Fakhрина, M.S.I
Jl. Seroja II No.25 Perum GrahaTirta Asri,Tirto Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Kurnia wati

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c.qKetua Jurusan Ekonomi Syariah
di
Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : KURNIA WATI
NIM : 2013114270
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul :Pengaruh Promosi, Label Halal Dan BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan)

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara/i tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, Saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 23 Oktober 2018

Pembimbing,

Agus Fakhрина M.S.I
NIP.19770123 200312 1 001



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Kusuma Bangsa No. 09 Pekalongan Telp. (0285) 412575 Fax. 423418

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudari :

Nama : KURNIA WATI
NIM : 2013114270
Judul : PENGARUH PROMOSI, LABEL HALAL DAN BPOM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
WARDAH (STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN EKONOMI
SYARIAH IAIN PEKALONGAN)

telah diujikan pada hari kamis, tanggal 04 Desember 2018 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Dr. AM. M. Hafidz Ma'shum, M. Ag
NIP. 197806162003121003

Penguji II

Ade Gunawan, M.M
NIP. 198104252015031002



Pekalongan,
Disahkan oleh Dekan

Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H
NIP. 197502201999032001





PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam buku ini adalah hasil putusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b tahun 1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dikembangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	sa	ś	es (dengan titik diatas)
ج	jim	j	je
ح	ha	ĥ	ha (dengan titik dibawah)



خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	de
ذ	zal	Ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	ra	R	er
ز	zai	Z	zet
س	sin	S	es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	S	es (dengan titik dibawah)
ظ	dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	za	Z	zet (dengan titik dibawah)
ع	ain	‘	koma terbalik (didas)
غ	gain	G	ge
ف	fa	F	ef
ق	qaf	Q	qi
ك	kaf	K	ka
ل	lam	L	el
م	mim	M	em
ن	nun	N	en
و	wau	W	we
ه	ha	H	ha



ء	hamzah	.	apostrof
ي	ya	Y	ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
ا a		ا a
ا i	اي ai	اي i
ا u	او au	او u

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamilah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة di tulis *fatimah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا di tulis *rabbana*

البر di tulis *al – birr*



5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi / I / diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy - syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi / I / diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al - qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al - badi</i>
الجلال	ditulis	<i>al - jalal</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada diawal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada ditengah kata/diakhir kata huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / ‘ /.

Contoh:

امرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai 'un</i>

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang terkasih yang selalu mensupport dalam kehidupanku:

1. Kedua orang tua tercinta Ayahanda dan Ibunda yang dengan seluruh cinta kasih dan pengorbanannya telah mengukir segala asa, cita dan harapan serta do'a restunya.
2. Suami saya, terimakasih sudah memberi banyak motivasi, dukungan dan semangat,
3. Adik-adikku, terimakasih yang selalu memberi dukungan serta semangat selama ini.
4. Sahabat- sahabatku yang memberiku dukungan, semangat, dan keceriaan dalam menempuh studi, sukses untuk kita semua.
5. Dosen pembimbing saya, Bapak Agus Fakhrina, M.S.I telah membimbing dan mendidikku dengan penuh kesabaran dan ketulusan.
6. Serta semua pihak yang telah mendukung dalam terselesainya Skripsi ini yang tak bisa penulis sebutkan satu per satu, terimakasih atas semuanya.





MOTTO

“Hai sekalian manusia makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu musuh nyata bagi mu. “(Al-Baqarah ; 168)”.



ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin meningkat dan juga semakin menarik. Masyarakat hidup dengan kebutuhan dan keinginan yang semakin kompleks dan dinamis. Begitu pula dengan ilmu pengetahuan dan teknologi kini berkembang semakin pesat. Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi maka kebutuhan hidup manusia kian berkembang. Tidak hanya kebutuhan akan sandang, papan, pangan, pendidikan dan kesehatan saja. Kebutuhan akan mempercantik diri pun kini menjadi prioritas utama dalam menunjang penampilan sehari-hari. Salah satu cara untuk mengubah penampilan atau mempercantik diri yaitu dengan menggunakan kosmetika. PT Paragon *Technology Innovation* merupakan salah satu produsen kosmetik halal yang populer di Indonesia melalui *brand* Wardah. Kesuksesan Wardah membangun citra sebagai kosmetik halal disebabkan oleh perilaku konsumen kelas menengah muslim khususnya wanita sudah memahami manfaat halal dan menjadikannya sebagai salah satu alasan dalam keputusan pembelian.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan format eksplanasi dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini akan dilaksanakan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan terutama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan sampel 80 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa perempuan jurusan ekonomi syariah IAIN Pekalongan angkatan 2014 sampai 2017 yang masih aktif dan menggunakan kosmetik wardah. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. Dengan nilai t hitung $2,792 > t$ tabel $1,991$, nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar $0,386$. (2) Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. Dengan nilai t hitung $2,296 > t$ tabel $1,991$, nilai signifikansi $0,024 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar $0,422$. (3) Bpom berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. Dengan nilai t hitung $6,487 > t$ tabel $1,991$, nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar $0,851$. (4) Promosi, label halal, dan bpm berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. Dengan nilai F hitung $29,292 > F$ tabel $2,72$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (5) nilai *adjusted R square* sebesar $0,518$. Artinya bahwa pengaruh variabel independen yaitu variabel promosi, label halal, dan bpm sebesar $51,8\%$. Sedangkan sisanya sebesar $48,2\%$ di jelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Promosi, Label Halal, BPOM, Keputusan Pembelian.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan Rahmat, Taufiq dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Label Halal Dan BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan)”** ini dengan baik. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu dinantikan syafa’at Nya di hari kiamat nanti.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan dorongan dalam segala demi terselesainya penelitian ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag, selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Agus Fakhriana, S. Ag, M.S.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan sebagai Dosen Pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Siti Aminah Chaigo, M.SI selaku Dosen Wali.



5. Segenap Dosen Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Keluarga besar, Rekan-rekan senasib seperjuangan, dan pihak-pihak yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis berharap semoga hasil penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca maupun pihak yang berkepentingan. Selanjutnya kepada Allah segalanya penulis serahkan, seraya memohon bimbingan agar menjadi lebih baik untuk selanjutnya. Aamiin.

Pekalongan, 23 Oktober 2018

Penulis

Kurnia Wati

NIM. 2013114270



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Sistematika Penelitian	9
BAB II KERANGKA TEORI	11
A. Landasan Teori Keputusan Pembelian	11
1. Pengertian Keputusan Pembelian	11
2. Faktor-faktor dalam Keputusan Pembelian	12
3. Proses Pengambilan Keputusan	15
B. Landasan Teori Promosi	22
1. Pengertian Promosi	22
2. Indikator Promosi	22
C. Landasan Teori Label Halal	26
1. Pengertian Label	26



2. Pengertian Halal	27
3. Pengertian Label Halal	30
4. Indikator Label Halal	32
D. Landasan Teori Badan POM	33
1. Pengertian BPOM	33
2. Latar Belakang BPOM	34
3. Tugas BPOM	35
4. Fungsi BPOM	36
5. Indikator BPOM	36
E. Tinjauan Pustaka	39
F. Kerangka Berfikir	47
G. Hipotesis	53
BAB III METODELOGI PENELITIAN	55
A. Jenis Penelitian	55
B. Setting Penelitian	55
C. Variabel Penelitian	56
D. Populasi, Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel	59
E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	61
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	62
BAB IV PEMBAHASAN	72
A. Deskripsi Data	72
B. Analisis Data	74
C. Pembahasan	91
BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1.	Definisi Operasional Variabel.....	56
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	73
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden berdasarkan Angkatan	74
Tabel 4.3.	Hasil Uji Validitas Promosi	75
Tabel 4.4.	Hasil Uji Validitas Label Halal.....	76
Tabel 4.5.	Hasil Uji Validitas BPOM	76
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	76
Tabel 4.7.	Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 4.8.	One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	81
Tabel 4.9.	Hasil Uji Linearitas Promosi.....	82
Tabel 4.10.	Hasil Uji Linearitas Label Halal	82
Tabel 4.11.	Hasil Uji Linearitas BPOM.....	83
Tabel 4.12.	Hasil Uji Multikolinearitas	84
Tabel 4.13.	Hasil Uji Regresi Berganda	86
Tabel 4.14.	Hasil Uji Parsial	89
Tabel 4.15.	Hasil Uji Simultan	90
Tabel 4.16.	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	91

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran Kuesioner
- Lampiran Identitas Responden
- Lampiran Tabulasi Data
- Lampiran Uji Validitas Variabel
- Lampiran Uji Reliabilitas Variabel
- Lampiran Uji Asumsi Klasik
- Lampiran Uji Analisis Regresi Berganda
- Lampiran Uji Hipotesis
- Lampiran Tabel T, Tabel F, Tabel R
- Lampiran Surat Ijin Penelitian
- Lampiran Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran Daftar Riwayat Hidup





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin meningkat dan juga semakin menarik. Masyarakat hidup dengan kebutuhan dan keinginan yang semakin kompleks dan dinamis. Begitu pula dengan ilmu pengetahuan dan teknologi kini berkembang semakin pesat. Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi maka kebutuhan hidup manusia kian berkembang. Begitu juga dengan persaingan bisnis yang semakin ketat.

Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, perusahaan dituntut untuk bergerak cepat dalam hal untuk menarik konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu mencermati faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya. Keputusan pembelian adalah seleksi dari dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan kata lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.¹

Sejalan dengan perkembangan kebutuhan dan pola hidup masyarakat, tidak hanya kebutuhan akan sandang, papan, pangan, pendidikan dan kesehatan saja. Kebutuhan akan mempercantik diri pun kini menjadi prioritas utama dalam menunjang penampilan sehari-hari. Salah satu cara untuk mengubah penampilan atau mempercantik diri yaitu dengan menggunakan kosmetika. Kosmetik berasal dari bahasa Inggris, *cosmetic*

¹ Leon Sciffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen terjemahan Zoelkifli Kasip, Cet. Ke-4*, (Jakarta: PT.Indeks, 2008), hlm.485.

yang artinya “alat kecantikan wanita”. Dalam bahasa Arab moderndiistilahkan dengan *Alatuj tajmil*, atau sarana mempercantik diri.

Menurut BPOM (Badan Pangan, Obat dan Makanan), Departemen Kesehatan, Kosmetika adalah paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan, gigi dan rongga mulut untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan supaya tetap dalam keadaan baik. Persaingan antar pasar industri perawatan pribadi dan kosmetika semakin kompetitif. Hal ini terbukti dengan banyaknya jenis kosmetika beredar baik produksi dalam negeri maupun produksi luar negeri. Membanjirnya produk kosmetika di pasaran mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan pemakaian barang. Pembelian suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan (*need*), melainkan karena keinginan (*want*). Ditambah dengan ditemukannya bahwa konsumen yang memutuskan memilih menggunakan produk kosmetika biasanya dalam rangka memperjelas identitas diri agar dipandang baik dalam komunitas tertentu.²

Di Indonesia banyak ditemukan kosmetik yang berbahaya oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). BPOM menemukan 43 jenis kosmetik yang mengandung bahan berbahaya yang terdiri dari rias mata, rias wajah, perawatan kulit, peralatan mandi dan kuku. Adapun bahan berbahaya yang teridentifikasi dalam produk kosmetika tersebut antara lain *merkuri*, *hidrokinon*, *asam retinoat*, *deksametasol*, *klindamisin*, serta bahan pewarna merah k3 dan merah kaspuluh. Bahan-bahan berbahaya tersebut

²RachmanSyuhada, Pengaruh consumer knowledge, brand image dan green marketing mix pada keputusan pembelian produk.



dilarang untuk digunakan dalam pembuatan kosmetika berdasarkan Peraturan Kepala Badan POM RI No.18 Tahun 2015 tentang persyaratan teknis bahan kosmetika. Namun kesadaran para wanita tentang keamanan kosmetika yang digunakannya sudah semakin meningkat sejalan dengan munculnya berbagai kasus dampak penggunaan bahan berbahaya dalam kosmetika secara terbuka tersebut. Akan tetapi, kesadaran wanita muslim untuk memperhatikan kehalalan bahan yang terkandung dalam kosmetika masih sangat rendah.³

Menurut Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, pengetahuan tentang kehalalan sangat penting bagi wanita muslim maupun masyarakat umum, dan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Halal atau tidak merupakan keamanan yang sangat mendasar untuk umat Islam. Hal tersebut dikarenakan, produk kosmetik yang dinyatakan halal cenderung lebih aman dan terhindar dari kandungan zat yang berbahaya. Lembaga Pengkajian Pangan Dan Obat-Obatan Dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) merupakan lembaga yang bertugas meneliti, mengkaji, dan menganalisis produk-produk makanan dan kosmetik yang tidak berbahaya bagi masyarakat dan halal dari segi agama.⁴

PT Paragon *Technology Innovation* merupakan salah satu produsen kosmetik halal yang populer di Indonesia melalui *brand* Wardah. Kesuksesan Wardah membangun citra sebagai kosmetik halal disebabkan

³ErnaFerrinadewi, "Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya," *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan* 7.2 (2006): pp-139.

⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran) Cet.1 Edisi 2*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm.210.



oleh perilaku konsumen kelas menengah muslim khususnya wanita sudah memahami manfaat halal dan menjadikannya sebagai salah satu alasan dalam keputusan pembelian.

Wardah terbukti halal dan diakui oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan Lembaga Pengkajian Pangan Obat dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Sehingga logo halal MUI senantiasa tercantum pada semua kemasan di setiap rangkaian produknya yang menandakan kehalalan produk. Bagi konsumen kelas menengah muslim, kosmetik Halal memberikan dua manfaat sekaligus keamanan dan ekspresi jati diri (*self expression*). Rasa aman muncul disebabkan oleh bahan-bahan yang digunakan dalam kosmetik dan cara pengolahannya sesuai dengan ketentuan - ketentuan Islam. Selain itu, penggunaan produk kosmetik Halal adalah bentuk ekspresi bagi muslimah tentang nilai - nilai keagamaan yang dianut.⁵

Produk wardah kosmetik mengeluarkan 10 produk diantaranya adalah wardah *make up series*, wardah *acne series*, wardah *beauty event*, wardah *body scentation*, wardah *lightening series*, wardah *lipstick*, wardah *make up*, wardah *make up base*, wardah *make up kits*, wardah paket pernikahan dan wardah *skin care*.⁶ Adapun strategi promosi pada produk kosmetik wardah masih terus maksimalkan ke semua *channel*, baik iklan di media siar, cetak, maupun peningkatan pelayanan di *counter* seperti konsultasi *make up*. Selain

⁵ViviRahmawati, "Pengaruh Atribut Produk Dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang", *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis* (2014).

⁶ http://www.wardahbeauty.com/products/list_product/



itu produk wardah juga masuk ke *event-event fashion show* dan *make up sponsor* untuk film. Wardah juga memperhatikan dalam hal memilih *brand ambassador*. Wardah merupakan kosmetik dengan karakter yang sangat khas, wardah lebih melihat ke kisah inspirasi mereka dan keinginan mereka untuk menginspirasi.

Berikut ini keunggulan dari produk Wardah diantaranya yaitu:

- 1) Keunggulan yang pertama yaitu produk yang dikeluarkan oleh Wardah memiliki kualitas yang sudah tidak diragukan lagi, sehingga tidak perlu diragukan dan tidak memiliki efek samping dikarenakan bahan – bahan yang digunakan berasal dari bahan yang aman sehingga tidak memiliki efek samping ketika digunakan.
- 2) Keunggulan yang kedua yaitu dari segi harga, produk Wardah ini sangat terjangkau oleh semua kalangan dan produk dari Wardah bisa didapatkan dengan mudah, Wardah tersedia di berbagai toko kosmetik terdekat karena sudah tersebar di berbagai daerah.
- 3) Keunggulan yang kelima yaitu Wardah memiliki banyak pilihan produk yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan masing – masing pengguna.

Sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen dilakukan atas dasar keinginan dan kebutuhannya terhadap suatu produk. Banyaknya konsumen yang cenderung memilih produk yang lebih terkenal, *up to date* dan lebih mahal dibandingkan dengan produk yang telah dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang. Selain itu juga masih ada produk kosmetik palsu yang beredar dipasar, toko kosmetik, swalayan, dll



yang bisa membahayakan bagi konsumen. Banyaknya permasalahan yang perlu dipecahkan disini, karena kurang maksimalnya sosialisasi yang dilakukan ataupun kesalahan dari konsumennya sendiri yang kurang menyadari akan pentingnya pengecekan terhadap suatu produk yang akan dibeli.

Dalam penelitian ini menggunakan mahasiswa jurusan ekonomi syariah, karena sebagai mahasiswa yang dianggap lebih berpengetahuan dari masyarakat umum lainnya dan seharusnya lebih memperhatikan serta lebih teliti apakah produk yang di beli berbahaya ataupun tidak berbahaya bagi kesehatan. Apalagi sebagai mahasiswa jurusan ekonomi syariah yang dianggap sebagai orang yang berpengetahuan serta dapat membedakan yang halal maupun yang haram baik dari segi ilmu pengetahuan ekonomi syariah dari mulai mata kuliah manajemen pemasaran, etika bisnis islam, ekonomi islam dan masih banyak lagi mata kuliah lainnya yang berkaitan. Sehingga dalam mengkonsumsi suatu produk yang dapat menimbulkan kemaslahatan baik bagi diri sendiri maupun orang lain.

Adapun penelitian terdahulu tentang pengaruh persepsi resiko, kualitas, harga, dan nilai konsumen wanita muslim terhadap citra merek kosmetik berlabel halal (survei pada konsumen kosmetik wardah di kota malang) pernah dilakukan oleh karolina widiastuti sunarti. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama dari variabel persepsi resiko, variabel kualitas, variabel harga dan variabel nilai terhadap citra merek kosmetik berlabel Halal, adanya pengaruh secara parsial



dari variabel persepsi resiko, variabel kualitas, variabel harga dan variabel nilai terhadap citra merek kosmetik berlabel Halal, variabel kualitas adalah variabel yang paling dominan diantara variabel lainnya dalam mempengaruhi citra merek kosmetik berlabel Halal.⁷

Sehingga dalam penelitian ini penulis ingin meneliti mengetahui bagaimana pandangan mahasiswa jurusan ekonomi syariah sebagai orang yang dianggap berpengetahuan dan juga tahu tentang perkara kehalalan suatu produk yang kita pakai, yang dapat menimbulkan suatu kemaslahatan bagi diri sendiri. baik melalui internet maupun dialog interaktif sehingga mampu membedakan mana yang baik dan yang buruk. Selain itu mahasiswa terkadang lebih selektif dalam memilih produk kosmetik kecantikan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **“PENGARUH PROMOSI, LABEL HALAL DAN BPOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH (STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH IAIN PEKALONGAN)”**.

⁷Karolina Widiastuti and Sunarti Sunarti, "Pengaruh Persepsi Resiko, Kualitas, Harga, dan Nilai Konsumen Wanita Muslim terhadap Citra Merek Kosmetik Berlabel Halal (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis* 51.1 (2017): 130-137.





B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan diatas, maka rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Pekalongan?
2. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Pekalongan?
3. Apakah BPOM berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Pekalongan ?
4. Apakah promosi, label halal,dan BPOMberpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk wardah pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Pekalongan ?

C. Tujuan dan kegunaan penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk wardah pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Pekalongan



- b. Untuk mengetahui apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk wardah pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Pekalongan
- c. Untuk mengetahui apakah BPOM berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk wardah pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Pekalongan

2. Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan untuk menambah manfaat dan wawasan baik secara teoritis maupun praktis:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan yang berkonsentrasi pada bidang ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam aspek promosi, label halal dan BPOM terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.

b. Secara Praktis

Bagi penulis penelitian ini dapat memicu minat dan keinginan untuk memahami mengenai pengaruh promosi, label halal dan BPOM terhadap keputusan pembelian produk wardah pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.

D. Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penulisan adalah untuk mempermudah pembahasan dan penulisan. Sistematika penulisan penelitian ini dibagi

menjadi lima bab, masing-masing bab dibagi menjadi beberapa sub bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN,

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI,

Dalam bab ini berisi tentang beberapa sub bab yaitu landasan teori, tinjauan teori, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN,

Pada bab ini berisi tentang beberapa sub bab yaitu terdiri dari: jenis penelitian dan pendekatan penelitian, setting penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen dan teknik pengumpulan data penelitian, dan teknik pengolahan dan analisis data,

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN,

Pada bab ini dibagi menjadi beberapa sub bab yaitu terdiri dari: deskripsi data, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP,

Bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan dari permasalahan yang dibahas serta saran-saran yang dipandang perlu atas simpulan yang diperoleh.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. Hal ini dibuktikan dari nilai hitung $2,792 > t$ tabel $1,991$, nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar $0,386$.
2. Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. Hal ini dibuktikan dari nilai hitung $2,296 > t$ tabel $1,991$, nilai signifikansi $0,024 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar $0,422$.
3. Bpom berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. Hal ini dibuktikan dari nilai hitung $6,487 > t$ tabel $1,991$, nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar $0,851$.
4. Promosi, label halal, dan bpom berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. Hal ini dibuktikan dari nilai F hitung $29,292 > F$ tabel $2,72$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
5. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi nilai *adjusted R square* sebesar $0,518$. Artinya bahwa pengaruh variabel independen

yaitu variabel promosi, label halal, dan bpom sebesar 51,8%. Sedangkan sisanya sebesar 48,2% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Toko Penjual kosmetik Wardah

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa badan pom memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah. Oleh karena itu toko kosmetik wardah agar terus memperhatikan tentang izin bpom yang tertera pada produk kosmetik wardah, karena itu yang menjadi salah satu minat beli konsumen terhadap produk kosmetik wardah yang sudah terjamin dan tertera pada badan pom, Sehingga dapat mempertahankan maupun menambah daya beli konsumen terhadap produk kosmetik wardah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain karena memungkinkan variabel-variabel lain tersebut memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap minat beli.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian, Edisi Revisi V*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta).

Buchari, Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (Bandung: cv.alfabeta).

Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup).

Fandy, Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran*. (Jakarta: Elex Media Komputindo).

Ghazali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, Cet.Ke-5*. (Semarang: Universitas Diponegoro).

Hadi, Syamsul. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif : Untuk Akuntansi Keuangan*. (Yogyakarta : Ekonisia, 2006).

Kotler, Philip & Gery Amstrong. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. (Jakarta:PT Indeks Gramedia).

Muhammad. 2009. *Lebel Halal dan Spiritualitas Bisnis*, (STAIN Palangkaraya Kalimantan Tengah: Madani).

Masyhuri, dan Nur Asnawi. *Metode Riset Manajemen Pemasaran : Disertai dengan Contoh Hasil Penelitian*. (Malang : UIN MALIKI PRESS, 2011).

Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (Jakarta: Kencana).

Murti, Sumarni. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. (Yogyakarta:Liberty).





Purwanto, Erwan Agus dan Dyah Ratih Sulistyawati. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. (Yogyakarta: Gava Medis).

Salafudin dan Nalim. 2002. *Statistik Inferensial*. (Pekalongan: STAIN Pekalongan press).

Salafudin dan Nalim. 2012. *Statistik Deskriptif*. (Pekalongan: STAIN Pekalongan press).

Sciffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen terjemahan Zoelkifli Kasip, Cet. Ke-4*. (Jakarta: PT.Indeks).

Sentot, Imam Wahyono. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. (Yogyakarta: Graha Ilmu).

Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, jilid 1 edisi kelima*. (Jakarta: Erlangga).

Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta : Kencana Pradana Media Grup).

Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta).

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen (Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran) Cet.1 Edisi 2*. (Bogor: Ghalia Indonesia).

Swastha, Basu. 1996. *Azaz-Azaz Marketing*. (Yogyakarta : Liberty).

Walker, Boyd. 1997. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Alih Bahasa Oleh Imam Nurmawan*.(Jakarta: Erlangga).

Jurnal

Aisyah, M. 2016. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan*.

Ferrinadewi, E. 2006. *Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*.(Jurnal Manajemen dan kewirausahaan).



Nangoy, Selvie. 2017. *“Pengaruh Promosi, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Matahari Departemen Store Manado (Studi Kasus Di Matahari Departemen Store Manado Town Square)”*. (Manado: Skripsi Fakultas Ekonomi).

Nurjanah, Nunung. 2016. *” pengaruh labelisasi halal, dan kode bpom terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada mahasiswa prodi ekonomi syariah STAIN Pekalongan ”*, (Pekalongan: STAIN Press).

Rahmawati, V., & Nuswantoro, B. U. D. 2014. *Pengaruh Atribut Produk Dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang*. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).

Rambe, Y. M., & Afifuddin, S. 2013. *Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan)*. (Ekonomi dan Keuangan).

Syuhada, r. *Pengaruh consumer knowledge, brand image dan green marketing mix pada keputusan pembelian produk*.

Widiastuti, K., & Sunarti, S. 2017. *Pengaruh Persepsi Resiko, Kualitas, Harga, dan Nilai Konsumen Wanita Muslim terhadap Citra Merek Kosmetik Berlabel Halal (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. 2012. *Pengaruh Iklan Televisi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall)*. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.

Yulindo, K. P. 2013. *Pengaruh Atribut-Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Green Product Cosmetics Sariayu Martha Tilaar Di Kota Padang*. (Jurnal Manajemen).



Internet

http://www.wardahbeauty.com/products/list_product/

<http://kbbi.web.id/halal.>

[http://www.depkes.go.id/resources/download/lain/Fatwa%20No.%204%20Tahun%202003%20Tentang%20Standarisasi Fatwa Halal.pdf](http://www.depkes.go.id/resources/download/lain/Fatwa%20No.%204%20Tahun%202003%20Tentang%20Standarisasi%20Fatwa%20Halal.pdf)

<http://simbi.kemenag.go.id/pustaka/images/materibuku/Himpunan%20Fatwa%20Halal%20Majelis%20Ulama%20Indonesia%202010.pdf>

http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/56/1362/page/1

<http://www.pom.go.id/new/view/direct/background>





Lampiran Kuesioner Penelitian

No. Responden : (diisi peneliti)

Tanggal Pengisian :

Responden yang terhormat,

Saya Kurnia Wati, mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam jurusan ekonomi syariah IAIN Pekalongan, sedang melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Promosi, Label Halal, dan BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan)”**. Survei pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan angkatan 2014, 2015, 2016, 2017 yang merupakan sumber data utama bagi skripsi, maka dimohon kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner pendahuluan ini secara lengkap dan benar. Semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan dapat digunakan untuk kepentingan akademis. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden

1. Usia : < 19 tahun 22-24 tahun
 19-21 tahun > 24 tahun
2. Angkatan : 2014 2016
 2015 2017

II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda **checklist** (✓) pada instrumen pernyataan yang sesuai dengan diri saudara disesuaikan dengan kenyataan yang ada pada kehidupan saudara sehari-hari. Berilah satu jawaban saja pada pernyataan dengan perincian sebagai berikut:



Sangat Setuju	SS	Skor 5
Setuju	S	Skor 4
Kurang Setuju	KS	Skor 3
Tidak Setuju	TS	Skor 2
Sangat Tidak Setuju	STS	Skor 1

PROMOSI

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Periklanan (<i>Advertising</i>)						
1	Saya sering melihat iklan kosmetik wardah dimedia massa					
2	Saya membeli produk kosmetik wardah karena tertarik dengan artis-artis iklan yang ada ditelevisi					
Penjualan Perorangan (<i>Personal Selling</i>)						
3	Saya membeli produk kosmetik wardah karena tertarik dengan promosi teman saya					
4	Pelayanan BA (Beauty Advisor) dari kosmetik wardah sangat membantu saya dalam menentukan produk kosmetik wardah yang akan saya beli					
Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)						
5	Potongan harga/diskon yang diberikan membuat saya tertarik					
6	Kosmetik wardah sering memberi diskon kepada para pelanggan dan Reseller					

Sumber: Luqman Iqbal (2015)

LABEL HALAL

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Pengetahuan terhadap label halal						
7	Saya mengetahui labelisasi halal pada kemasan produk kosmetik wardah					
8	Label halal mencerminkan bahwa produk kosmetik wardah telah bebas dari kandungan bahan yang berbahaya					
Kepercayaan terhadap label halal						
9	Saya percaya dengan kehalalan produk kosmetik wardah					
10	Menurut saya produk kosmetik yang telah berlabel halal dijamin kualitas dan kehalalannya					
Penilaian terhadap label halal						
11	Saya merasa lebih aman mengonsumsi produk kosmetik yang telah berlabel halal					
12	Saya merasa label halal pada produk kosmetik sangat penting dan mampu memberikan kepuasan					

Sumber: Nela Arshintasari (2016)

BPOM

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Pengetahuan terhadap kode BPOM						
13	Saya mengetahui maksud tulisan "BPOM RI" pada kemasan produk kosmetik wardah					
14	Kode "BPOM RI" terbaca dan terlihat secara jelas					
Informasi produk						
15	Adanya tulisan "BPOM RI" membuat saya mudah untuk mengidentifikasi produk sebelum melakukan					





	pembelian produk kosmetik wardah					
16	Adanya kode “BPOM RI” menjadi pertimbangan saya dalam memilih produk kosmetik wardah.					
Jaminan mutu dan kesehatan						
17	Kode “BPOM RI” mencerminkan bahwa produk kosmetik wardah telah bebas dari kandungan bahan yang berbahaya					
18	Kode “BPOM RI” mempermudah saya dalam memberi informasi dan keyakinan atas mutu dan kesehatan produk					

Sumber: Nunung Nurjanah (2016)

KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Pengenalan Masalah						
19	Saya memakai kosmetik wardah karena dapat memenuhi kebutuhan saya					
20	kosmetik wardah adalah produk perawatan wajah yang berkualitas					
Pencarian Informasi						
21	Saya tidak mendapatkan hambatan dalam memperoleh informasi kosmetik wardah					
22	Saya selalu mengamati produk kosmetik wardah berdasarkan variannya					
Evaluasi Alternatif						
23	Menurut saya kosmetik wardah memiliki nilai yang baik di kalangan umum					
24	Harga beli kosmetik wardah dapat dijangkau secara umum					
Keputusan Pembelian						
25	Saya membeli produk kosmetik wardah karena					



	banyak yang memakai kosmetik wardah					
26	Saya membeli produk kosmetik wardah karena keinginan sendiri					
Perilaku Pasca Pembelian						
27	Menurut saya kualitas produk kosmetik wardah sangat baik dan tidak pernah mengecewakan konsumen					
28	Saya akan merekomendasikan merek wardah ke pihak lain					

Sumber: Ika Irwanti (2013)



Lampiran Identitas Responden

Statistics

		Usia	Angkatan
N	Valid	80	80
	Missing	0	0

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<19 tahun	3	3,8	3,8	3,8
	19-21 tahun	50	62,5	62,5	66,3
	22-24 tahun	24	30,0	30,0	96,3
	>24 tahun	3	3,8	3,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2014	25	31,3	31,3	31,3
	2015	13	16,3	16,3	47,5
	2016	22	27,5	27,5	75,0
	2017	20	25,0	25,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

NO	USIA	KODE	ANGKATAN	KODE
1	22-24 Tahun	3	2014	1
2	22-24 Tahun	3	2014	1
3	22-24 Tahun	3	2014	1
4	22-24 Tahun	3	2014	1
5	>24 Tahun	4	2014	1
6	22-24 Tahun	3	2014	1
7	22-24 Tahun	3	2014	1
8	22-24 Tahun	3	2014	1
9	>24 Tahun	4	2014	1
10	22-24 Tahun	3	2014	1
11	22-24 Tahun	3	2014	1



12	22-24 Tahun	3	2014	1
13	22-24 Tahun	3	2014	1
14	22-24 Tahun	3	2014	1
15	22-24 Tahun	3	2014	1
16	22-24 Tahun	3	2014	1
17	22-24 Tahun	3	2014	1
18	> 24 Tahun	4	2014	1
19	22-24 Tahun	3	2014	1
20	22-24 Tahun	3	2014	1
21	22-24 Tahun	3	2014	1
22	22-24 Tahun	3	2014	1
23	22-24 Tahun	3	2014	1
24	22-24 Tahun	3	2014	1
25	22-24 Tahun	3	2014	1
26	22-24 Tahun	3	2015	2
27	19-21 Tahun	2	2015	2
28	19-21 Tahun	2	2015	2
29	19-21 Tahun	2	2015	2
30	19-21 Tahun	2	2015	2
31	< 19 Tahun	1	2015	2
32	19-21 Tahun	2	2015	2
33	19-21 Tahun	2	2015	2
34	19-21 Tahun	2	2015	2
35	19-21 Tahun	2	2015	2
36	19-21 Tahun	2	2015	2
37	19-21 Tahun	2	2015	2
38	19-21 Tahun	2	2015	2
39	19-21 Tahun	2	2016	3
40	19-21 Tahun	2	2016	3
41	19-21 Tahun	2	2016	3
42	19-21 Tahun	2	2016	3
43	19-21 Tahun	2	2016	3
44	19-21 Tahun	2	2016	3
45	19-21 Tahun	2	2016	3
46	19-21 Tahun	2	2016	3
47	19-21 Tahun	2	2016	3
48	19-21 Tahun	2	2016	3
49	19-21 Tahun	2	2016	3
50	19-21 Tahun	2	2016	3
51	19-21 Tahun	2	2016	3
52	19-21 Tahun	2	2016	3
53	19-21 Tahun	2	2016	3
54	19-21 Tahun	2	2016	3
55	19-21 Tahun	2	2016	3



56	19-21 Tahun	2	2016	3
57	19-21 Tahun	2	2016	3
58	19-21 Tahun	2	2016	3
59	19-21 Tahun	2	2016	3
60	19-21 Tahun	2	2016	3
61	19-21 Tahun	2	2017	4
62	19-21 Tahun	2	2017	4
63	19-21 Tahun	2	2017	4
64	19-21 Tahun	2	2017	4
65	19-21 Tahun	2	2017	4
66	19-21 Tahun	2	2017	4
67	< 19 Tahun	1	2017	4
68	19-21 Tahun	2	2017	4
69	19-21 Tahun	2	2017	4
70	19-21 Tahun	2	2017	4
71	19-21 Tahun	2	2017	4
72	19-21 Tahun	2	2017	4
73	< 19 Tahun	1	2017	4
74	19-21 Tahun	2	2017	4
75	19-21 Tahun	2	2017	4
76	19-21 Tahun	2	2017	4
77	19-21 Tahun	2	2017	4
78	19-21 Tahun	2	2017	4
79	< 19 Tahun	1	2017	4
80	19-21 Tahun	2	2017	4



Lampiran Tabulasi Data

N O	Promosi (X1)						Label Halal(X2)						BPOM (X3)						Keputusan Pembelian (Y)													
	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	Jml	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	Jml	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	jml	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y10	Jml
1	3	4	3	5	5	5	25	4	3	4	4	4	3	22	3	3	2	4	2	3	17	5	3	3	4	3	4	4	4	3	3	36
2	4	3	3	5	3	4	22	4	4	4	3	4	3	22	4	4	2	3	2	2	17	4	4	3	4	4	2	5	3	4	2	35
3	4	3	4	4	4	5	24	4	4	3	4	4	5	24	4	3	4	4	5	5	25	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	36
4	4	4	3	4	3	4	22	3	3	4	2	3	3	18	4	3	1	2	2	3	15	3	4	2	4	4	2	3	3	4	3	32
5	4	4	4	4	4	4	24	3	3	1	3	3	3	16	3	3	3	5	1	5	20	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	30
6	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	3	3	21	4	5	3	1	3	3	19	4	3	4	5	4	5	4	3	2	4	38
7	4	4	3	5	3	5	24	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	3	4	23	4	3	3	5	4	4	3	4	4	2	36
8	3	3	3	4	3	3	19	4	3	4	3	4	3	21	3	3	3	5	3	3	20	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	38
9	3	3	3	3	3	4	19	4	3	4	4	3	4	22	4	4	3	1	2	2	16	5	3	4	4	4	3	4	4	4	5	40
10	5	3	4	4	3	3	22	3	4	5	3	4	3	22	4	5	4	4	3	4	24	5	4	3	3	4	5	4	5	4	4	41
11	5	4	4	5	5	4	27	4	5	4	5	4	4	26	4	5	5	3	5	5	27	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	39
12	4	3	3	4	3	4	21	4	4	3	4	1	3	19	2	4	4	5	4	3	22	5	2	2	3	2	4	3	2	3	5	31
13	5	3	4	3	3	4	22	3	4	5	3	4	3	22	2	4	4	3	3	3	19	4	2	4	3	2	4	4	2	4	4	33
14	5	3	4	4	5	5	26	4	2	3	2	3	4	18	4	4	4	1	4	4	21	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
15	4	4	3	4	4	5	24	5	4	4	5	4	4	26	5	5	4	3	4	5	26	5	5	5	4	5	3	4	4	3	4	42
16	5	4	5	4	4	5	27	3	4	4	3	3	4	21	4	4	4	4	3	4	23	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	42
17	4	4	3	3	3	3	20	3	4	4	3	3	3	20	3	3	3	3	3	2	17	3	2	2	2	3	2	1	2	3	2	22
18	5	4	5	4	5	5	28	3	2	3	3	3	3	17	2	2	2	4	2	4	16	4	2	3	4	2	4	3	2	3	4	31
19	4	3	3	4	4	4	22	4	3	3	2	3	2	17	5	4	2	4	2	3	20	5	3	4	4	5	4	4	5	3	4	41
20	4	4	3	3	4	3	21	3	4	2	2	2	3	16	3	1	2	3	4	3	16	2	3	2	4	3	2	4	1	4	2	27
21	3	4	4	4	4	4	23	3	3	4	3	3	2	18	2	3	4	4	2	3	18	3	1	3	4	2	2	4	2	4	2	27
22	4	3	4	3	3	5	22	3	3	3	3	3	5	20	3	2	3	5	2	1	16	4	2	4	4	3	3	2	3	3	2	30



23	4	3	4	5	4	5	25	3	2	3	2	4	2	16	3	2	3	4	2	1	15	4	2	4	2	3	3	2	3	3	2	28
24	4	3	3	4	2	4	20	2	3	3	3	2	2	15	2	1	2	4	2	4	15	4	3	4	4	2	4	1	4	2	1	29
25	5	5	5	5	5	5	30	3	4	3	3	3	3	19	4	4	1	3	4	2	18	5	4	4	3	4	2	5	4	3	3	37
26	3	3	3	2	2	3	16	4	3	2	4	4	2	19	4	4	2	5	2	3	20	4	3	3	4	4	2	4	4	5	2	35
27	3	4	4	4	4	3	22	4	4	5	3	4	2	22	4	3	2	4	3	4	20	4	2	3	4	4	1	4	3	3	3	31
28	5	4	4	4	5	4	26	4	3	2	3	4	3	19	4	4	2	4	4	4	22	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	39
29	3	3	3	4	4	3	20	3	4	3	3	3	4	20	4	2	3	4	4	4	21	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	37
30	5	4	4	4	4	4	25	3	3	3	4	2	2	17	2	2	2	2	3	2	13	4	3	4	3	2	3	3	2	4	2	30
31	4	3	4	3	1	4	19	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	3	23	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	36
32	4	4	4	4	3	3	22	4	2	3	2	4	2	17	3	3	1	3	1	2	13	2	3	2	5	3	2	2	2	3	2	26
33	4	4	3	4	1	3	19	4	3	2	3	4	2	18	1	2	4	4	1	1	13	3	3	2	3	1	2	2	4	4	4	28
34	3	2	4	3	4	4	20	3	2	3	4	3	2	17	3	2	2	3	1	2	13	2	3	2	2	3	2	2	1	3	2	22
35	3	4	3	4	4	3	21	3	3	3	3	3	5	20	4	2	4	4	2	1	17	5	4	4	2	4	4	3	3	4	4	37
36	5	4	4	4	4	3	24	4	3	4	2	4	2	19	4	4	4	3	2	3	20	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	38
37	4	3	4	3	1	3	18	3	3	3	3	3	4	19	5	3	4	4	2	3	21	4	4	3	3	5	4	3	3	3	4	36
38	4	4	4	4	4	5	25	4	4	2	4	4	4	22	3	2	4	3	2	3	17	4	2	2	2	3	4	2	2	3	4	28
39	3	3	3	4	4	4	21	2	3	5	2	3	2	17	2	2	4	4	2	2	16	4	2	4	3	2	2	2	3	3	2	27
40	4	3	2	4	5	3	21	3	2	4	3	4	3	19	3	2	2	4	3	1	15	2	3	4	3	3	1	4	3	3	3	29
41	5	5	5	5	5	2	27	3	3	3	2	3	3	17	4	4	4	3	4	2	21	2	4	3	3	4	2	4	4	3	4	33
42	5	5	4	4	4	3	25	4	4	3	3	4	2	20	4	5	2	4	4	1	20	4	2	2	2	4	4	2	2	3	4	29
43	3	3	2	4	5	3	20	3	3	3	2	3	3	17	4	4	4	2	4	2	20	4	4	3	4	4	2	4	4	3	2	34
44	4	3	3	3	3	4	20	4	2	4	3	4	3	20	3	2	2	4	2	1	14	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	26
45	3	3	3	4	4	4	21	4	5	4	4	4	4	25	2	4	4	4	2	2	18	2	2	4	5	2	5	2	5	4	4	35
46	4	4	3	4	1	4	20	3	4	2	4	2	3	18	4	5	3	4	3	4	23	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	37
47	4	4	4	4	4	5	25	3	3	3	2	2	2	15	2	5	2	4	2	4	19	5	4	4	3	2	5	3	4	5	4	39
48	4	4	5	5	5	4	27	3	3	3	3	3	3	18	1	4	4	4	2	3	18	4	5	4	4	1	5	4	4	4	5	40
49	5	5	5	5	5	4	29	4	3	3	3	3	4	20	4	4	1	4	2	2	17	5	3	3	2	4	5	3	4	4	4	37
50	4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	39
51	3	3	3	4	3	2	18	3	4	4	4	3	3	21	4	4	4	5	4	4	25	4	2	4	2	4	4	3	4	4	4	35



52	4	3	3	5	4	3	22	4	3	3	3	4	4	21	2	4	2	5	2	2	17	5	3	4	2	2	5	4	4	1	4	34
53	4	3	3	3	3	4	20	4	4	3	4	3	4	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
54	3	2	2	4	3	3	17	3	5	4	5	4	4	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	1	5	4	5	5	4	4	43
55	3	3	3	3	3	4	19	4	3	4	4	3	3	21	4	3	3	4	2	2	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	3	3	2	4	5	4	21	4	3	3	3	4	4	21	4	5	3	4	2	3	21	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4	35
57	4	4	4	4	4	3	23	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	3	3	4	22	2	4	3	4	4	1	4	3	2	4	31
58	4	5	5	4	4	4	26	3	3	3	3	2	3	17	4	5	2	3	4	4	22	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
59	4	4	4	3	3	3	21	3	4	4	4	3	3	21	3	3	4	4	4	3	21	4	3	3	3	3	3	4	3	1	3	30
60	5	4	3	1	1	4	18	4	4	3	3	3	3	20	4	3	4	4	2	3	20	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	37
61	5	5	5	5	5	4	29	4	3	3	3	3	3	19	3	3	2	3	3	2	16	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	38
62	4	3	2	2	2	3	16	3	4	4	3	4	3	21	3	3	2	4	2	3	17	3	3	3	4	3	2	4	4	1	1	28
63	3	2	2	3	3	4	17	4	3	3	4	3	3	20	1	3	2	3	1	1	11	1	2	3	3	1	3	2	2	4	1	22
64	3	3	3	3	3	3	18	3	2	2	2	3	2	14	1	2	2	4	1	1	11	2	2	2	3	1	3	1	1	1	2	18
65	5	4	3	5	4	3	24	4	4	3	3	3	4	21	4	4	2	3	2	2	17	4	4	5	3	4	1	3	4	2	3	33
66	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	2	3	2	17	3	3	3	5	3	1	18	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	24
67	4	4	3	4	4	3	22	3	3	3	3	3	3	18	3	3	4	3	1	3	17	3	2	2	1	3	3	2	3	1	3	23
68	4	4	3	4	3	4	22	3	2	3	3	3	1	15	4	4	2	4	3	2	19	3	3	4	3	4	1	3	2	4	2	29
69	4	5	4	2	4	4	23	3	4	3	4	3	2	19	3	4	4	3	2	2	18	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	37
70	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	2	3	21	4	3	3	4	2	2	18	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	32
71	3	2	2	4	2	5	18	2	3	3	3	3	4	18	3	3	2	4	2	3	17	2	3	3	2	3	2	4	3	4	2	28
72	3	2	2	3	3	3	16	3	3	4	3	3	4	20	4	3	3	5	3	2	20	3	4	5	3	4	3	5	2	3	3	35
73	5	4	4	5	3	4	25	4	3	4	3	4	3	21	3	1	3	3	2	2	14	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
74	4	3	3	4	3	4	21	3	2	3	2	2	3	15	2	1	2	3	2	2	12	2	2	2	4	2	2	2	2	4	2	24
75	5	4	5	4	5	5	28	3	3	4	3	3	3	19	3	3	3	1	3	1	14	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	32
76	3	3	3	3	4	4	20	2	3	2	3	3	2	15	3	3	3	4	2	3	18	2	2	2	4	3	2	2	2	2	3	24
77	3	3	3	4	4	4	21	3	3	3	3	3	3	18	1	1	1	3	3	1	10	1	1	3	3	1	3	5	2	3	1	23
78	4	3	3	5	4	3	22	3	3	1	3	3	4	17	3	2	2	4	4	3	18	3	2	2	4	3	4	3	2	4	2	29
79	4	4	4	4	4	4	24	2	2	3	2	3	2	14	3	4	4	5	2	3	21	3	4	4	2	3	2	3	4	3	4	32
80	4	3	2	4	5	3	21	2	3	2	2	2	4	15	3	2	3	5	2	2	17	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	32

Lampiran Hasil Uji Validitas Variabel

Uji validitas promosi

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Promosi
X1.1 Pearson Correlation	1	,554**	,591**	,235*	,178	,168	,661**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,036	,115	,136	,000
N	80	80	80	80	80	80	80
X1.2 Pearson Correlation	,554**	1	,648**	,277*	,318**	,048	,709**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,013	,004	,673	,000
N	80	80	80	80	80	80	80
X1.3 Pearson Correlation	,591**	,648**	1	,268*	,320**	,275*	,780**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,016	,004	,013	,000
N	80	80	80	80	80	80	80
X1.4 Pearson Correlation	,235*	,277*	,268*	1	,514**	,119	,630**
Sig. (2-tailed)	,036	,013	,016		,000	,291	,000
N	80	80	80	80	80	80	80
X1.5 Pearson Correlation	,178	,318**	,320**	,514**	1	,150	,687**
Sig. (2-tailed)	,115	,004	,004	,000		,185	,000
N	80	80	80	80	80	80	80
X1.6 Pearson Correlation	,168	,048	,275*	,119	,150	1	,436**
Sig. (2-tailed)	,136	,673	,013	,291	,185		,000
N	80	80	80	80	80	80	80
Promosi Pearson Correlation	,661**	,709**	,780**	,630**	,687**	,436**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Uji Validitas Label Halal

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Labelhalal
X2.1 Pearson Correlation	1	,250*	,129	,381**	,440**	,208	,622**
Sig. (2-tailed)		,025	,253	,000	,000	,064	,000
N	80	80	80	80	80	80	80
X2.2 Pearson Correlation	,250*	1	,259*	,551**	,120	,355**	,702**
Sig. (2-tailed)	,025		,020	,000	,289	,001	,000
N	80	80	80	80	80	80	80
X2.3 Pearson Correlation	,129	,259*	1	,134	,289**	-,011	,509**
Sig. (2-tailed)	,253	,020		,237	,009	,926	,000





N		80	80	80	80	80	80	80
X2.4	Pearson Correlation	,381**	,551**	,134	1	,175	,323**	,703**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,237		,120	,003	,000
N		80	80	80	80	80	80	80
X2.5	Pearson Correlation	,440**	,120	,289**	,175	1	,106	,555**
	Sig. (2-tailed)	,000	,289	,009	,120		,349	,000
N		80	80	80	80	80	80	80
X2.6	Pearson Correlation	,208	,355**	-,011	,323**	,106	1	,566**
	Sig. (2-tailed)	,064	,001	,926	,003	,349		,000
N		80	80	80	80	80	80	80
Label halal	Pearson Correlation	,622**	,702**	,509**	,703**	,555**	,566**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N		80	80	80	80	80	80	80

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

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

Uji Validitas BPOM

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	BPOM	
X3.1	Pearson Correlation	1	,491**	,187	-,058	,429**	,385**	,662**
	Sig. (2-tailed)		,000	,097	,609	,000	,000	,000
N		80	80	80	80	80	80	80
X3.2	Pearson Correlation	,491**	1	,290**	-,040	,348**	,413**	,697**
	Sig. (2-tailed)	,000		,009	,727	,002	,000	,000
N		80	80	80	80	80	80	80
X3.3	Pearson Correlation	,187	,290**	1	,090	,289**	,351**	,603**
	Sig. (2-tailed)	,097	,009		,428	,009	,001	,000
N		80	80	80	80	80	80	80
X3.4	Pearson Correlation	-,058	-,040	,090	1	-,053	,113	,267*
	Sig. (2-tailed)	,609	,727	,428		,642	,319	,017
N		80	80	80	80	80	80	80
X3.5	Pearson Correlation	,429**	,348**	,289**	-,053	1	,425**	,669**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,009	,642		,000	,000
N		80	80	80	80	80	80	80
X3.6	Pearson Correlation	,385**	,413**	,351**	,113	,425**	1	,750**

Y8	Pearson	,509*	,519*	,513*		,396*	,368*	,370*			,410*	
	Correlation	*	*	*	,076	*	*	*	1	,144	*	,741**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,500	,000	,001	,001	,203	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y9	Pearson	,127	,183	,103	,071	,087	,139	,190	,144	1	,134	,361**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,262	,104	,362	,533	,444	,220	,092	,203	,236	,001	,001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y10	Pearson	,514*	,387*	,275*	-,060	,323*	,511*	,288*	,410*		1	,667**
	Correlation	*	*	*		*	*	*	*	,134	*	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,014	,595	,003	,000	,010	,000	,236	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Keputusan Pembelian	Pearson	,731*	,663*	,653*	,220*	,592*	,534*	,641*	,741*	,361*	,667*	1
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,049	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Lampiran Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Uji Reliabilitas Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,725	6

Uji Reliabilitas Label Halal

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,653	6

Uji Reliabilitas BPOM

Reliability Statistics

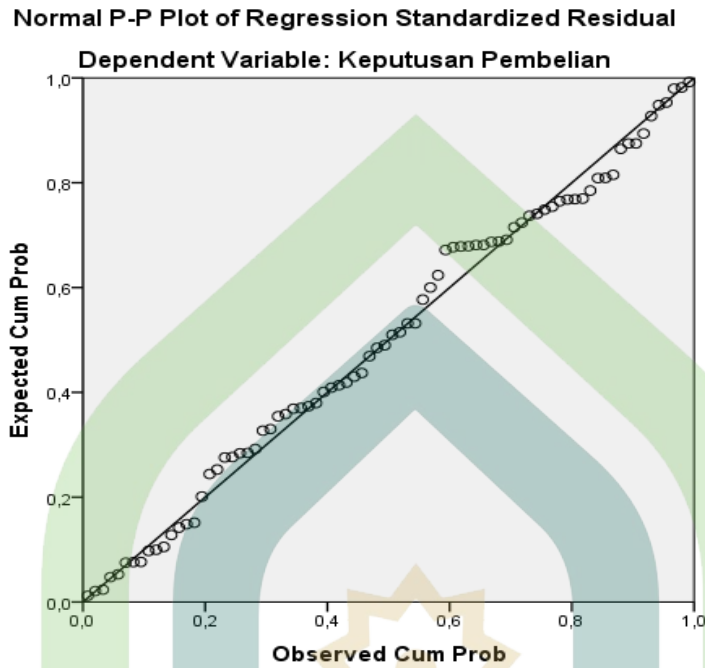
Cronbach's Alpha	N of Items
,669	6

Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,782	10

Hasil Uji Normalitas

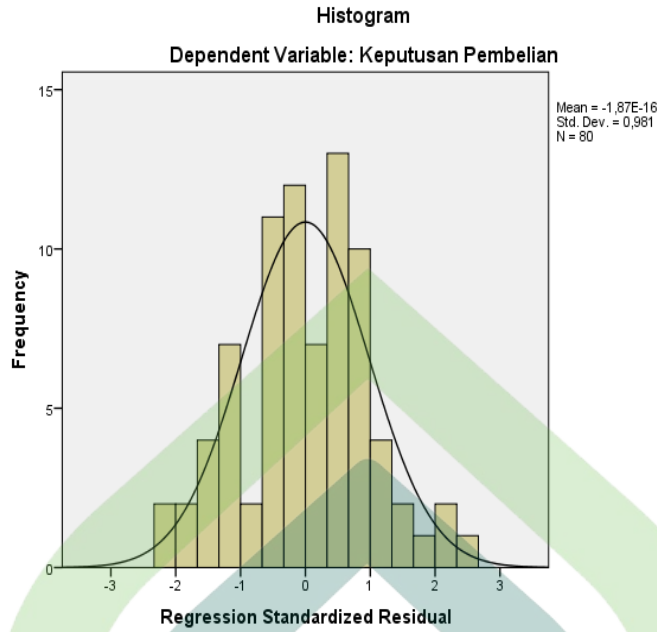


One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,85991938
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,055
	Negative	-,087
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

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





Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,244	4,495		,054	,957		
Promosi	,386	,138	,218	2,792	,007	,997	1,003
Label Halal	,422	,184	,203	2,296	,024	,778	1,285
BPOM	,851	,131	,575	6,487	,000	,777	1,286

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficient Correlations^a

Model		BPOM	Promosi	Label Halal	
1	Correlations	BPOM	1,000	-,053	-,471
		Promosi	-,053	1,000	,045
		Label Halal	-,471	,045	1,000
Covariances	BPOM	,017	-,001	-,011	
	Promosi	-,001	,019	,001	
	Label Halal	-,011	,001	,034	

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Collinearity Diagnostics^a

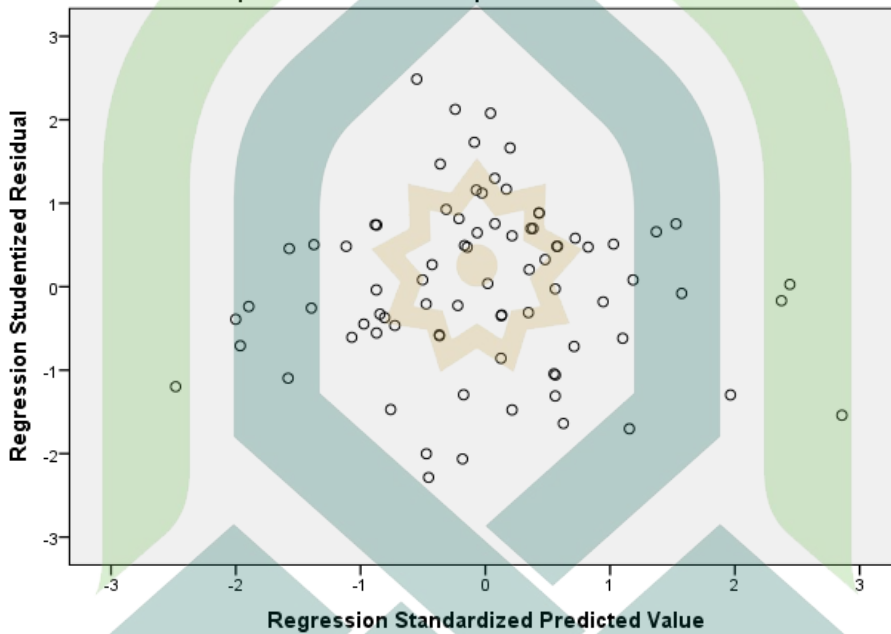
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Promosi	Label Halal	BPOM
1	1	3,947	1,000	,00	,00	,00	,00
	2	,032	11,191	,02	,25	,01	,52
	3	,015	16,123	,03	,27	,52	,48
	4	,006	24,700	,95	,48	,47	,01

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Promosi	Between Groups	(Combined)	571,533	14	40,824	1,349	,204
		Linearity	139,824	1	139,824	4,622	,035
		Deviation from Linearity	431,709	13	33,208	1,098	,377
Within Groups			1966,417	65	30,253		
Total			2537,950	79			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Label Halal	Between Groups	(Combined)	738,144	12	61,512	2,290	,016
		Linearity	556,385	1	556,385	20,712	,000
		Deviation from Linearity	181,759	11	16,524	,615	,810
Within Groups			1799,806	67	26,863		
Total			2537,950	79			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * BPOM	Between Groups	(Combined)	1328,302	18	73,795	3,721	,000
		Linearity	1167,170	1	1167,170	58,858	,000
		Deviation from Linearity	161,132	17	9,478	,478	,954
Within Groups			1209,648	61	19,830		
Total			2537,950	79			



Lampiran Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,244	4,495		,054	,957
	Promosi	,386	,138	,218	2,792	,007
	Label Halal	,422	,184	,203	2,296	,024
	BPOM	,851	,131	,575	6,487	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

A. Uji Hipotesis

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,244	4,495		,054	,957
	Promosi	,386	,138	,218	2,792	,007
	Label Halal	,422	,184	,203	2,296	,024
	BPOM	,851	,131	,575	6,487	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1360,931	3	453,644	29,292	,000 ^b
	Residual	1177,019	76	15,487		
	Total	2537,950	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), BPOM, Promosi, Label Halal

Hasil Koefisien Determinan (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,732 ^a	,536	,518	3,935

a. Predictors: (Constant), BPOM, Promosi, Label Halal

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



LAMPIRAN Tabel R, Tabel T, Tabel F.

Distribusi Nilai r_{tabel} Signifikansi 5% dan 1%

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.987	0.996	0.999	0.999	1.000
2	0.900	0.950	0.980	0.990	0.999
3	0.805	0.878	0.934	0.958	0.991
4	0.729	0.811	0.882	0.917	0.974
5	0.669	0.754	0.832	0.874	0.950
6	0.621	0.706	0.788	0.834	0.924
7	0.582	0.666	0.749	0.797	0.898
8	0.549	0.631	0.715	0.764	0.872
9	0.521	0.602	0.685	0.734	0.847
10	0.497	0.576	0.658	0.707	0.823
11	0.476	0.552	0.633	0.683	0.801
12	0.457	0.532	0.612	0.661	0.780
13	0.440	0.514	0.592	0.641	0.760
14	0.425	0.497	0.574	0.622	0.741
15	0.412	0.482	0.557	0.605	0.724
16	0.400	0.468	0.542	0.589	0.708
17	0.388	0.455	0.528	0.575	0.693
18	0.378	0.443	0.515	0.561	0.678
19	0.368	0.432	0.503	0.548	0.665
20	0.359	0.422	0.492	0.536	0.652
21	0.351	0.413	0.481	0.525	0.640
22	0.343	0.404	0.471	0.515	0.628
23	0.336	0.396	0.462	0.505	0.617
24	0.329	0.388	0.453	0.495	0.607
25	0.323	0.380	0.445	0.486	0.597
26	0.317	0.373	0.437	0.478	0.588
27	0.311	0.367	0.429	0.470	0.579
28	0.306	0.361	0.422	0.462	0.570
29	0.300	0.355	0.415	0.455	0.562
30	0.296	0.349	0.409	0.448	0.554
31	0.291	0.344	0.403	0.442	0.546
32	0.286	0.338	0.397	0.435	0.539
33	0.282	0.333	0.391	0.429	0.532
34	0.278	0.329	0.386	0.423	0.525
35	0.274	0.324	0.381	0.418	0.518





36	0.270	0.320	0.376	0.412	0.512
37	0.267	0.316	0.371	0.407	0.506
38	0.263	0.312	0.366	0.402	0.500
39	0.260	0.308	0.362	0.397	0.495
40	0.257	0.304	0.357	0.393	0.489
41	0.254	0.300	0.353	0.388	0.484
42	0.251	0.297	0.349	0.384	0.479
43	0.248	0.294	0.345	0.380	0.474
44	0.245	0.290	0.342	0.376	0.469
45	0.242	0.287	0.338	0.372	0.464
46	0.240	0.284	0.334	0.368	0.460
47	0.237	0.281	0.331	0.364	0.455
48	0.235	0.278	0.328	0.361	0.451
49	0.232	0.275	0.324	0.357	0.447
50	0.230	0.273	0.321	0.354	0.443
51	0.228	0.270	0.318	0.350	0.439
52	0.226	0.268	0.315	0.347	0.435
53	0.224	0.265	0.312	0.344	0.431
54	0.222	0.263	0.310	0.341	0.428
55	0.220	0.260	0.307	0.338	0.424
56	0.218	0.258	0.304	0.335	0.421
57	0.216	0.256	0.302	0.332	0.417
58	0.214	0.254	0.299	0.330	0.414
59	0.212	0.252	0.297	0.327	0.411
60	0.210	0.250	0.294	0.324	0.407
61	0.209	0.248	0.292	0.322	0.404
62	0.207	0.246	0.290	0.319	0.401
63	0.205	0.244	0.288	0.317	0.398
64	0.204	0.242	0.285	0.315	0.395
65	0.202	0.240	0.283	0.312	0.393
66	0.201	0.238	0.281	0.310	0.390
67	0.199	0.236	0.279	0.308	0.387
68	0.198	0.235	0.277	0.306	0.385
69	0.196	0.233	0.275	0.303	0.382
70	0.195	0.231	0.273	0.301	0.379
71	0.194	0.230	0.271	0.299	0.377
72	0.192	0.228	0.270	0.297	0.374
73	0.191	0.227	0.268	0.295	0.372
74	0.190	0.225	0.266	0.293	0.370
75	0.188	0.224	0.264	0.291	0.367
76	0.187	0.222	0.263	0.290	0.365
77	0.186	0.221	0.261	0.288	0.363
78	0.185	0.219	0.259	0.286	0.361
79	0.184	0.218	0.258	0.284	0.358



80	0.182	0.217	0.256	0.283	0.356
81	0.181	0.215	0.255	0.281	0.354
82	0.180	0.214	0.253	0.279	0.352
83	0.179	0.213	0.252	0.278	0.350
84	0.178	0.212	0.250	0.276	0.348
85	0.177	0.210	0.249	0.274	0.346
86	0.176	0.209	0.247	0.273	0.344
87	0.175	0.208	0.246	0.271	0.343
88	0.174	0.207	0.244	0.270	0.341
89	0.173	0.206	0.243	0.268	0.339
90	0.172	0.205	0.242	0.267	0.337
91	0.171	0.203	0.240	0.265	0.335
92	0.170	0.202	0.239	0.264	0.334
93	0.169	0.201	0.238	0.263	0.332
94	0.168	0.200	0.237	0.261	0.330
95	0.168	0.199	0.235	0.260	0.329
96	0.167	0.198	0.234	0.259	0.327
97	0.166	0.197	0.233	0.257	0.325
98	0.165	0.196	0.232	0.256	0.324
99	0.164	0.195	0.231	0.255	0.322
100	0.163	0.194	0.230	0.254	0.321

Distribusi Nilai t_{tabel} Signifikansi 0,05

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884	
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712	
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453	
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318	
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343	
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763	
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529	
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079	
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681	
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370	
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470	
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963	
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198	
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739	
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283	
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615	
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577	
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048	
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940	
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181	
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715	
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499	
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496	
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678	
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019	





Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041



Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967

Distribusi Nilai F_{tabel} Untuk Probabilitas 0,05

df untuk	df untuk pembila														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06



dfuntuk	dfuntukpembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81

dfuntuk	dfuntukpembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15



91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Kurnia Wati
NIM : 2013114270
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat Tgl. Lahir : Pekalongan, 16 Juli 1994
Alamat : Jl. Hos Cokroaminoto, Kuripan Kidul 26/04
Pekalongan Selatan
Nama Orang Tua : Slamet Tinggal (Ayah)
Mulauzah (Ibu)

RIWAYAT PENDIDIKAN :

1. SD N 01 Kuripan Kidul Tahun 2000 - 2006
2. SMP N 14 Pekalongan Tahun 2006 - 2009
3. SMK Muhammadiyah Bligo Tahun 2009 - 2012
4. IAIN Pekalongan Tahun 2014 - 2018

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 23 Oktober 2018

KURNIA WATI

NIM 2013114270



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Kusumabangsa No. 09 Telp (0285) 412575 – Faks. (0285) 423418

Nomor : 732/In.30/M.6/PP.00.9/11/2017
Lamp :-
Hal : Permohonan Izin Penelitian

01 November 2017

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Kurniawati
NIM : 2013114270

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: **"Pengaruh Promosi Produk, Label Halal Dan Legalitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan)"**.

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Ajah Dekan
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Agus Fakhriana, M.S.I. 
NIP. 197701232003121001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website : <http://febi.iainpekalongan.ac.id/> Email : febi@iainpekalongan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 922/In.30/M.4.2/PP.00.9/10/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Hamdi, M.H.
NIP : 196904142002121005
Jabatan : Kasubbag. Akademik Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Pekalongan

Menerangkan bahwa :

Nama : Kurnia Wati
NIM : 2013114270
Jurusan : Ekonomi Syariah

Selamat Melaksanakan Penelitian pada tanggal 01 November 2017 sampai dengan tanggal 25 Oktober 2018.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 25 Oktober 2018

A.n. Dekan
Kabag TU
u.b. Kasubbag Administrasi dan Kemahasiswaan



M. Hamdi, M.H.

NIP. 196904142002121005

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma bangsa No.9 Pekalongan. Telp. (0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website : perpustakaan iain-pekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iain pekalongan. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **KURNIA WATI**
NIM : **2013114270**
Jurusan/Prodi : **EKONOMI SYARIAH**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

**PENGARUH PROMOSI, LABEL HALAL DAN BPOM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH**

(Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan)

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksektif ini
Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan
menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan
IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta
dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Februari 2019



KURNIA WATI
NIM. 2013114270

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.