

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PRODUK KOSMETIK HALAL
(Studi Kasus: Mahasiswi FEBI UIN K.H.Abdurrahman Wahid
Pekalongan Angkatan 2020-2022)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Disusun Oleh :

TAMIMATUL ISNAINI

NIM. 4120091

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI(UIN)
K.H.ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PRODUK KOSMETIK HALAL
(Studi Kasus: Mahasiswi FEBI UIN K.H.Abdurrahman Wahid
Pekalongan Angkatan 2020-2022)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Disusun Oleh :

TAMIMATUL ISNAINI

NIM. 4120091

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI(UIN)
K.H.ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tamimatul Isnaini

NIM : 4120091

Judul Skripsi : **Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus: Mahasiswi FEBI UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 2020-2022)**

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 sebesar-besarnya.

Pekalongan, 04 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Tamimatul Isnaini

NOTA PEMBIMBING

Lam : 2(dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Tamimatul Isnaini

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 : Tamimatul Isnaini
NIM : 4120091
Judul Skripsi : **Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus: Mahasiswi FEBI UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 2020-2022)**

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, 04 Juni 2024
Pembimbing,


Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M

NIP.19791030200641018



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

Jalan Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Pekalongan Kab Pekalongan Kode Pos 51161

Website : www.febi.uingusdur.ac.id Email : 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 : **Tamimatul Isnaini**
NIM : **4120091**
Judul : **Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus: Mahasiswi FEBI UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 2020-2022)**
Pembimbing : **Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 27 Juni 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M

NIP. 198205272011011005

Penguji II

Mohammad Rosyada, M.M.

NIP. 198607272019031006

Pekalongan, 3 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

NIP. 197502201999032001



MOTTO

“ Apapun Yang Menjadi Takdirmu, Pasti Akan Mencari Jalanya Sendiri Untuk Menemukanmu”

~Ali Bin Abi Thalib~

“Jangan Mengandalkan Apa Yang Orang Lain Katakan Untuk Apa Yang Kamu Lakukan. Pegang Teguh Dan Lakukan Sesuai Dengan Keinginanmu”

~Kim Jisoo~



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat 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 materi maupun non materi 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. Bapak Suradi dan Ibu Jumaroh selaku kedua orangtua yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya.
2. M.Taufik dan Zaenal Mursalin selaku Kakak dan Adik Kandung yang selalu mendukung saya baik dukungan moral maupun material.
3. Almater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam menyusun skripsi ini.
5. Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I Selaku Dosen Penasehat Akademi (DPA)
6. Mahasiswi FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian saya.
7. Sahabat serta teman-teman kelas Ekonomi Syariah, teman KKN, dan teman PPL sekalian yang sudah mendukung saya.
8. Dan terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungannya.

ABSTRAK

Tamimatul Isnaini. Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus: Mahasiswi FEBI UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 2020-2022)

Di era digital (modern), perkembangan kosmetik Indonesia saat ini berkembang sangat pesat. Produk kosmetik halal sangat dicari di Indonesia. Tentu saja, pelaku bisnis kosmetik di Indonesia harus mampu menjaga kebahagiaan klien agar dapat bertahan, tumbuh, dan bersaing di industri kosmetik. Peningkatan minat dalam membeli suatu produk kosmetik adalah adanya peran dari labelisasi halal dan kualitas produk. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada produk kosmetik halal (Studi Kasus: Mahasiswi FEBI UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 2020-2022).

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode angket (kuesioner). Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 92 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan *SPSS versi 25 for windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua hipotesis dalam penelitian ini diterima, karena tidak memenuhi ketentuan. Kualitas produk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Labelisasi halal dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Labelisasi halal dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan mampu memediasi antara label halal terhadap loyalitas pelanggan secara tidak langsung.

Kata Kunci: Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Tamimatul Isnaini. The Influence of Halal Labeling and Product Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable in Halal Cosmetic Products (Case Study: FEBI UIN Student K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan Class of 2020-2022)

In the digital (modern) era, the development of Indonesian cosmetics is currently growing very rapidly. Halal cosmetic products are highly sought after in Indonesia. Of course, cosmetics business people in Indonesia must be able to maintain client happiness in order to survive, grow and compete in the cosmetics industry. The increase in interest in purchasing a cosmetic product is due to the role of halal labeling and product quality. The aim of this research is to determine the effect of halal labeling and product quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable for halal cosmetic products (Case Study: FEBI UIN Student K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan Class 2020-2022).

This research is a type of quantitative research, with a type of field research. Data collection in this research used a questionnaire method. This research uses a probability sampling technique with simple random sampling with a sample size of 92 respondents. This research uses the path analysis method with the help of SPSS version 25 for Windows.

The results of this research show that not all hypotheses in this research are accepted, because they do not meet the requirements. Product quality and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty. Halal labeling and product quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, halal labeling does not have a significant effect on customer loyalty. Halal labeling and product quality have a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction, and customer satisfaction is able to mediate between the halal label and customer loyalty indirectly.

Keywords: Halal Labeling, Product Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

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 untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program 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 masa penyusunan skripsi ini, sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini . oleh karena itu, saya sampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. Selaku Rektor UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I., Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Dr. H. Tamamudin, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga,dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam menyusun skripsi ini.
6. Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I Selaku Dosen Penasehat Akademi (DPA).
7. Orang Tua Dan Keluarga Saya Yang Telah Memberikan Bantuan Dukungan

Material Dan Moral.

8. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungannya.
9. *Last but not list* Tamimatul Isnaini,ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima asih karena terus berusaha dan tidak menyerah. Serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang dibidang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan.*You did it!*

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

Pekalongan, 04 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Tamimatul Isnaini

NIM. 4120091

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Deskripsi Teori	13
B. Telaah Pustaka	22
C. Kerangka Berpikir	31

D. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Pendekatan Penelitian	39
C. Setting Penelitian	39
D. Populasi dan Sampel Penelitian	39
E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	41
F. Definisi Variabel Penelitian dan Operasional Variabel Penelitian	43
G. Skala Pengukuran.....	46
H. Metode Analisis Data.....	47
I. Analisis Data	53
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	54
B. Analisis Data	65
C. Pembahasan Dan Uji Hipotesis	81
BAB V PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/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 konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf-huruf latin. Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	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	es dan ye
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 monofong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I

◌ْ	Dhammah	U	U
----	---------	---	---

b. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... يَّ	Fathahdanya	Ai	a dani
... وَّ	Fathahdanwau	Au	a dan u

Contoh : كَتَبَ -kataba

فَعَلَ -fa'ala

ذَكَرَ -zukira

3. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

a. Ta'marbutah hidup

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

b. Ta'marbutah mati

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

c. 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 - raudāh al-aṭfāl

- raudatulāṭfāl

المَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

-al-Madīnah al-Munawwarah

-al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةُ

-talhah

4. 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 -rabbanā
الْبِرِّ - al-birr
الْحَجِّ - al-ḥajj

5. Kata Sandang

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

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. 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.

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

Contoh :

الرَّجُلُ	-ar-rajulu
السَّيِّدُ	-as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu

6. 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 :

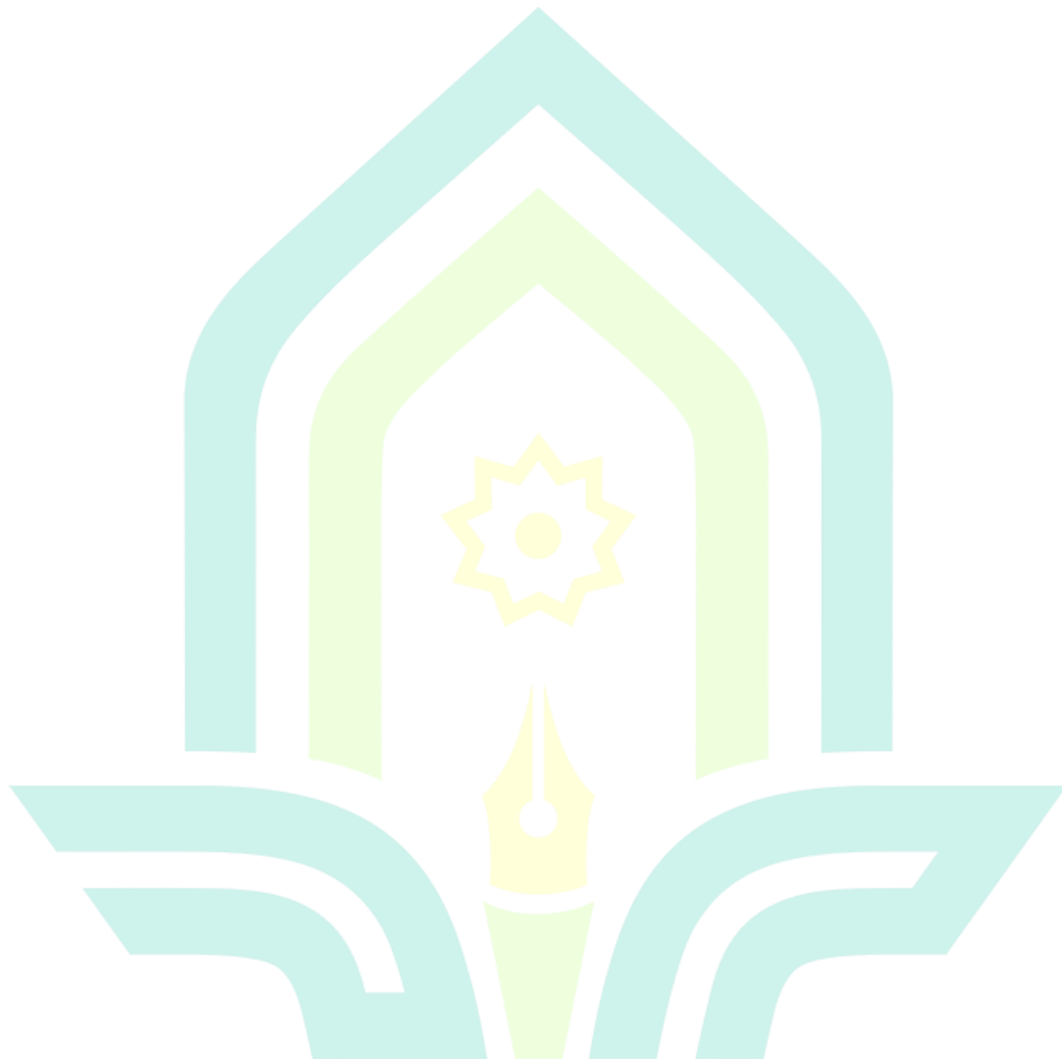
شَيْءٌ	-syai'un
إِنَّ	-inna
أُمِرْتُ	-umirtu

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Merek Kosmetik Yang Sudah Tersertifikasi Halal.....	4
Tabel 2.1 Daftar Telaah Pustaka	23
Tabel 3.1 Data Mahasiwi FEBI Angkatan 2020-2022.....	40
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.3 Bobot Nilai Setiap Penilaian	47
Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskripsi.....	55
Tabel 4.2 Kategor Penilaian Responden Terhadap Variabel Labelisasi Halal	57
Tabel 4.3 Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Labelisasi Halal.....	57
Tabel 4.4 Kategori Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	58
Tabel 4.5 Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	58
Tabel 4.6 Kategori Penilaian Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan...59	
Tabel 4.7 Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	60
Tabel 4.8 Kategori Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan..61	
Tabel 4.9 Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	61
Tabel 4.10 Jumlah Responden Berdasarkan Angkatan Program Studi.....	62
Tabel 4.11 Penggunaan produk kosmetik halal lebih dari 1 tahun	63
Tabel 4.12 Jumlah Pembelian Dalam 1 Tahun	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Persamaan I.....	68
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Persamaan II	69
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan I.....	70
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan II.....	71
Tabel 4.19 Hasil Uji Heterokedastisitas Persamaan I	72
Tabel 4.20 Hasil Uji Heterokedastisitas Persamaan II.....	72
Tabel 4.21 Hasil Uji t Persamaan I	73
Tabel 4.22 Hasil Uji t Persamaan II	74
Tabel 4.23 Hasil Uji Determinasi(R^2)Persamaan I.....	75
Tabel 4.24 Hasil Uji Determinasi(R^2)Persamaan II.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Analisis Jalur	51
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Persamaan I.....	68
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Persamaan II.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Surat Dinas Izin Penelitian	VII
Lampiran 3 Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	VIII
Lampiran 4 Karakteristik Responden.....	X
Lampiran 5 Jawaban Responden.....	XI
Lampiran 6 Uji Instrumen Data	XX
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	XXIV
Lampiran 8 Uji Analisis Jalur(Path Analysis)	XXIX
Lampiran 9 Uji Hipotesis	XXX
Lampiran 10 Surat Keterangan <i>Similiarity Checking</i>	XXXII
Lampiran 11 <i>Proofreading</i> Skripsi	XXXIII
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup Peneliti	XXXIV

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital (modern), perkembangan kosmetik Indonesia saat ini berkembang sangat pesat. Sesuai informasi dari Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jika merujuk pada informasi demografis, dapat diketahui bahwa jumlah penduduk Muslim di Indonesia saat ini adalah mayoritas, dengan jumlah mencapai 229,62 juta individu atau sekitar 87,2% dari keseluruhan populasi Indonesia yang mencapai 269,6 juta orang. Jika kita melihat proyeksi ke depan, dengan mempertimbangkan bahwa populasi Muslim di dunia diperkirakan akan mencapai 2,2 miliar pada tahun 2030 (mewakili 23% dari total populasi global), maka jumlah penduduk Muslim di Indonesia akan mewakili sekitar 13,1% dari seluruh populasi Muslim di seluruh dunia.

Persaingan bisnis yang semakin ketat antara satu perusahaan dengan perusahaan lain, mengharuskan perusahaan agar bisa mengenali keinginan dan kebutuhan konsumen serta harus mampu menciptakan nilai tambah dalam sebuah produk. Keberhasilan memasarkan suatu produk salah satunya dapat dilihat dari beberapa kali konsumen membeli produk tersebut. Pembelian dalam produk yang menunjukkan rasa puas akan membuat konsumen melakukan pembelian ulang secara konsisten terhadap penggunaan produk kosmetik halal tersebut dengan istilah loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Loyalitas pelanggan mempunyai peran penting dalam sebuah perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja keuangan serta kelangsungan

hidup perusahaan. Loyalitas pelanggan sendiri merupakan hubungan, komitmen, atau kesetiaan yang membuat pelanggan memilih atau mendukung produk atau jasa yang disukai atau dipercaya dari suatu perusahaan atau merek, meski ada pesaing atau alternatif lain. Salah satu aspek yang mendukung loyalitas pelanggan adalah dengan adanya pelanggan yang puas. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh (F. Anggraini & Budiarti, 2020) diketahui bahwa Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan Pelanggan merujuk pada penilaian yang dilakukan oleh pelanggan terhadap produk atau layanan, dengan fokus pada sejauh mana produk atau layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan persyaratan mereka. Kepuasan Pelanggan merujuk pada elemen yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen untuk memenuhi keperluan mereka, seperti produk atau jasa tertentu (Warsoedi, W. A. P., & Pamikatsih, 2023). Menawarkan produk atau jasa dengan kualitas terbaik menjadi sasaran utama pelanggan, karena kualitas yang semakin tinggi berperan krusial dalam menarik pelanggan yang kemungkinan besar akan menjadi pelanggan setia (loyal) Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yakni pengiriman produk, kualitas produk, harga, nilai, dll (Dewantoro et al., 2021:23) .

Kepuasan pelanggan di Indonesia sendiri berhubungan dengan banyak Perawatan diri yang sangat populer, terutama di kalangan wanita dan dewasa muda. Remaja saat ini menggunakan barang-barang tata rias karena semakin dipromosikan sebagai kosmetik. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh produsen yaitu dengan harus mengantongi sertifikat halal serta melakukan

promosi-promosi tentang produk tersebut agar ketika pelanggan mendapatkan kepuasan dengan membeli produk kosmetik tersebut maka pelanggan akan membeli ulang produk kosmetik tersebut sebagai loyalitasnya terhadap kosmetik tersebut (Rakhi, 2019).

Hasil penelitian (Hasib & Anwar, 2020), di dalamnya menyimpulkan bahwa secara parsial informasi, letak label halal berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Namun Hasil penelitian (Fajar et al., 2022) menunjukkan variabel label halal dan Brand Image tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen, label halal, Brand Image dan kualitas produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

Penciptaan kosmetik halal di Indonesia terjadi dalam skala cukup besar. Mulai tanggal 17 Oktober 2021 kosmetik harus mengantongi sertifikat halal. Sertifikat Halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan suatu kehalalan produk yang memenuhi kehalalan sesuai dengan syariat Islam (Larasati et al., 2021). Sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku yaitu Kosmetik Halal di atur dalam Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Selain UU JPH di atas ada juga Pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 39 tahun 2021. Tumbuhnya produsen dan pelaku bisnis kosmetik halal dengan berbagai merek inilah yang membedakannya. Berikut daftar merk kosmetik yang sudah tersertifikasi halal di Indonesia:

Tabel 1.1 Daftar Merek Kosmetik Yang Sudah Tersertifikasi Halal

DAFTAR KOSMETIK BERSERTIFIKAT HALAL MUI PER 2018					
A Almaas Aladerm Amaranthine Arby cream Avione AIBU 7 AINANA AINIE Airin For Men Aishaderm Aloevera Indonesia Ashanty ATIRA Audreys Skincare Aulia Aurum	DR. MILAd DR. UMMIAMIZAH E EB Naturals Emina Epiglo Equiva ERTO'S ESQA Esther Co	L Lady Tulip La Kesse Laurent Le'venir 72hr LH Care of Beauty Lip Ice Lisa Charissa LISTIANI Luvital L'oreal Lovillea LT Pro	Natural Indonesia Natural honey Nisrina Nuseason Noni Magic O Ocean Fresh OHIME Orimarro Sabun OXYDERM	Shinzui Silky Girl Simpysiti Skin 100 Skinnova Skin Solution Social Soleha Sophie Paris Spalding Sumberayu T Taman Sari Royal Heritage The Face The Shinta Theraskin They Talk About TREEAJAR	Z Zalfa Miracle ZAP beauty ZIA Zoya Cosmetics
B Beauty Story Bee Botanics Biocell Bask Belaluna Belimbing Island Blore BLP By Lizzie Parra	G Garnier Gizi Indonesia Glazelle Gliioderm Glowface Aesthetic Clinic Green Beauty Clinic Green Beauty Clinique	M Madame Izara Mad for Lipstick Make over Mandom Marina Martha tilaar Marwah Marcks Crème Marcks Venus Mazaya Melanox Mineral Botanica Mirabella Moayu Modeling Mask Moji Moko Moko Moors MSI Musk by Milano Ashley Muslimah Sophie Martin Mustika Puteri Mustika Ratu	P PAC Pabanox Parasol Pixy Placenta PN Polka Ponds Prettywhite Probeauty Purbasari Pucelle Q - R Rania Ratih RDL Red-A ROSSA Royale S SAFI Saidah Sariayu Shanaz Shantos Romeo Shineskin	U - V VAL lip matte Vaseline Vienna VIO VIVA Vivelle W Wardah X XL Y -	
C Caring CASA DR Hezz Casabella Chibikko Citra Cultusia CYSKIN	H Harum Sari HOLLY HSC I IPUNG Immortal Cosmetoecutical				
D Dermaneeve Devora DR Nora Skincare	J Julia Herba K KAILA Kitoderm Kados Deadsea Mineral	N Naavagreen Narwastu Nataris Skincare			

Sumber tabel: Halal Corner.ID, diakses pada tanggal 19 februari 2024
pukul 16.30

Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 26 Tahun 2013 menjelaskan mengenai Pedoman Keabsahan Produk Kosmetik dan Cara Penggunaannya. Dalam fatwa ini disebutkan bahwa Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) tidak akan

memberikan sertifikasi halal kepada produk kosmetik yang menggunakan bahan-bahan yang tidak memiliki kejelasan dalam hal kehalalan dan kebersihannya, kecuali jika telah ada klarifikasi dan juga telah dijelaskan dalam beberapa ayat Al-Qur'an mengenai status kehalalannya antara lain:

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ
بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ
وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ ۚ فَالَّذِينَ ءَامَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ ۙ
أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: (Yaitu) mereka yang mengikuti Rasul, Nabi yang ummi yang namanya tercatat dalam Taurat dan Injil yang ada di dekat mereka. menyuruh mereka melakukan hal-hal yang baik dan melarang mereka dari tindakan yang buruk. menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk. Mengangkat beban-beban dan belenggu-belenggu yang sebelumnya ada pada mereka. Maka, orang-orang yang beriman padanya, menghormatinya, mendukungnya, dan mengikuti cahaya yang terang yang telah diturunkan kepadanya (Al Quran), merekalah yang berada dalam keberuntungan (QS. Al-A'raf [7]: 157). Penjelasan "maksud buruk" (khaba'its) menurut para ulama adalah sesuatu yang najis.

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ ۚ وَأَحْسِنُوا ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik (QS. al-Baqarah [2]: 195).

Selain label halal, Kualitas Produk merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menarik minat beli suatu produk. Dengan membuat produk yang berkualitas maka akan banyak menarik konsumen untuk membelin juga banyak konsumen yang puas dengan produk tersebut(Nopitasari et al., 2024). Jika kualitas yang disediakan atau yang diberikan perusahaan kepada pelanggan menggunakan kualitas terbaik dan konsisten dalam membuat produk kosmetik tersebut maka akan membuat pelanggan puas dan tentunya pelanggan akan membeli produk tersebut terus menerus meskipun perusahaan menaikkan harga produk kosmetik (Claudia, 2022).

Hasil penelitian (Nopitasari et al., 2024) menjelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan variabel kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan dimediasi variabel kepuasan pelanggan.

Dengan adanya 87,2% penduduk Indonesia yang beragama Islam maka konsep halal bagi umat muslim adalah baik dan bersih serta Kesadaran masyarakat muslim tentang produk yang halal adalah Kewajiban. Produk kosmetik yang ber label halal sangat dicari umat Islam untuk memenuhi syariat Islam. Sebagai konsumen muslim mahasiswi-mahasiswi FEBI UIN K.H.Abdurrahman Wahid

Pekalongan tentunya harus sadar akan hal tersebut. Meskipun produk kosmetik tidak dikonsumsi atau non pangan namun produk kosmetik akan menempel langsung pada kulit kita jika digunakan sehari-hari dan tentunya akan terbawa saat melakukan ibadah Shalat. Ketika Shalat seseorang harus terbebas dari najis, bagaimana jika kita menggunakan kosmetik yang belum pasti halal tidaknya dan apabila kosmetik tersebut mengandung bahan-bahan yang najis maka akan menjadikan shalat kita tidak sah bila menggunakan kosmetik tersebut (Syafei et al., 2013).

Berdasarkan uraian dan analisis latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mencoba lebih dalam lagi melakukan penelitian ini untuk nantinya akan menjadi judul skripsi mengenai **“Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus: Mahasiswi FEBI UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 2020-2022)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada produk kosmetik halal?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada produk kosmetik halal?

3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada produk kosmetik halal?
4. Apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk kosmetik halal?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk kosmetik halal?
6. Apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada produk kosmetik halal?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada produk kosmetik halal?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh labelisasi halal terhadap loyalitas pelanggan pada produk kosmetik halal.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk kosmetik halal.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada produk kosmetik halal.
4. Untuk mengetahui apakah labelisasi halal berpengaruh pada kepuasan pelanggan pada produk kosmetik halal.

5. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk kosmetik halal.
6. Untuk mengetahui apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada produk kosmetik halal.
7. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada produk kosmetik halal.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini membutuhkan manfaat teoritis dan praktis, yaitu :

1. Teoritis
 - a. Manfaat dari penelitian ini terkait dengan sudut pandang terhadap dampak dari Labelisasi Halal dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel yang berintervensi. Penelitian ini difokuskan pada produk kosmetik halal dan dilakukan pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, pada angkatan 2020-2022.
 - b. Kebermaknaan penelitian ini melibatkan sebagai dasar untuk penelitian masa depan yang meneliti pengaruh labelisasi halal dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan pada produk kosmetik halal dan Mahasiswi FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid

Pekalongan, angkatan 2020-2022, dengan tujuan untuk membantu pengembangan di masa mendatang.

- c. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada kumpulan referensi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang melengkapi pengetahuan yang ada.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berupa pandangan baru dan menjadi sumber referensi tambahan dalam kajian tentang penerapan pembelajaran diferensiasi dalam proses pendidikan.

2. Praktis

a. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini bisa memberikan pandangan untuk berpikir tentang Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Pada Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Produk Kosmetik Halal.

b. Bagi Mahasiswi

Diharapkan penelitian ini untuk meninjau pandangan mahasiswi tentang Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Pada Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Produk Kosmetik Halal.

c. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini mampu menjadikan referensi untuk mengevaluasi mahasiswa yang hendak meneliti baik dengan tema, variabel, maupun objek yang sama.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam karya ilmiah adanya sistematika pembahasan merupakan bantuan yang dapat digunakan oleh pembaca untuk mempermudah mengetahui urutan sistematis dari isi sebuah karya ilmiah tersebut. Sistematika pembahasan ini di bagi dalam beberapa bab, yaitu:

BAB I (Pendahuluan)

Pada bab ini menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan menjelaskan tentang Sistematika Penulisan.

BAB II (Landasan Teori)

a. Deskripsi Teori

Pada bagian ini menjelaskan berbagai teori dari sumber buku ilmiah atau sumber buku pendukungnya. Yang diselaraskan pada judul skripsi dan variabel yang akan diteliti.

b. Telaah Pustaka

Berisi tentang relevansi persamaan atau tidak, kelebihan kekurangan dengan karya tulis sebelumnya bisa berupa skripsi, jurnal, tesis dan buku.

c. Hipotesis

Berisi dasar teori landasan dan sistematika cara berpikir penulis guna penelitian skripsi. Kerangka berupa teks deskriptif.

BAB III (Metode Penelitian)

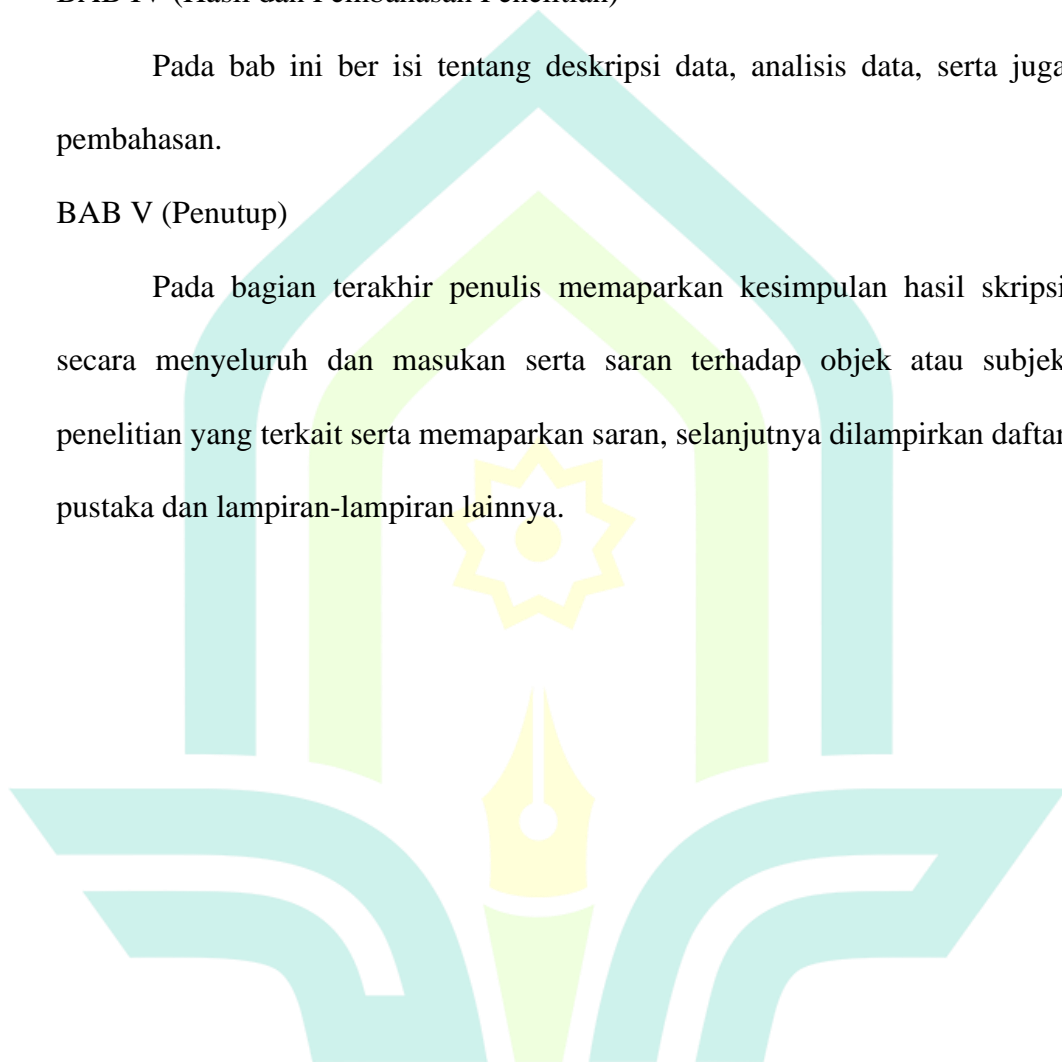
Pada bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data.

BAB IV (Hasil dan Pembahasan Penelitian)

Pada bab ini ber isi tentang deskripsi data, analisis data, serta juga pembahasan.

BAB V (Penutup)

Pada bagian terakhir penulis memaparkan kesimpulan hasil skripsi secara menyeluruh dan masukan serta saran terhadap objek atau subjek penelitian yang terkait serta memaparkan saran, selanjutnya dilampirkan daftar pustaka dan lampiran-lampiran lainnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada produk kosmetik halal (studi kasus: mahasiswi UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan angkatan 2020-2022) maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Labelisasi Halal(X1) mempunyai signifikan sebesar 0,375 >0,05 dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,891 < 1,98689$ maka dinyatakan tidak terdapat pengaruh variabel labelisasi halal (X1) terhadap variabel loyalitas pelanggan(Y). Hipotesis nol (H_0) diterima dan Hipotesis alternatif (H_a) ditolak, hal tersebut menunjukkan bahwa H_1 ditolak.
2. Variabel Kualitas Produk (X2) mempunyai nilai signifikan $0,008 < 0,05$ atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,706 > 1,98689$ maka dinyatakan variabel Kualitas Produk (X2) positif dan signifikan berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Dengan demikian menunjukkan bahwa H_2 diterima.
3. Variabel Kepuasan pelanggan (Z) mempunyai nilai signifikan $0,00 < 0,05$ atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,566 > 1,98689$ maka dinyatakan variabel kepuasan pelanggan(Z) positif dan signifikan berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan(Y). Dengan demikian menunjukkan bahwa H_3 diterima.

4. Variabel Kualitas Produk (X2) mempunyai nilai signifikan $0,005 < 0,05$ atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,888 > 1,98689$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel labelisasi halal (X1) positif dan signifikan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Z). Dengan demikian menunjukkan bahwa H4 diterima.
5. Variabel Kualitas Produk (X2) mempunyai nilai signifikan $0,00 < 0,05$ atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,081 > 1,98689$ maka dapat dinyatakan bahwa Kualitas Produk (X2) secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Z). Dengan demikian menunjukkan bahwa H5 diterima.
6. Berdasarkan uji sobel pada penelitian ini diketahui bahwa variabel labelisasi halal(X1) mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,0755 > 1,98689$ maka kepuasan pelanggan (Z) memediasi variabel labelisasi halal(X1) terhadap loyalitas pelanggan(Y). Dengan demikian menunjukkan bahwa H6 diterima.
7. Berdasarkan uji sobel dalam penelitian ini bahwa variabel kualitas produk (X2) mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,3333 > 1,98689$ maka kepuasan pelanggan (Z) memediasi variabel kualitas produk (X2) terhadap loyalitas pelanggan(Y). Dengan demikian menunjukkan bahwa H7 diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswi FEBI UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, dilihat pada penilaian responden terhadap variabel labelisasi halal yang ternyata tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada produk kosmetik halal menjelaskan bahwa banyak mahasiswi yang membeli produk kosmetik tanpa melihat kehalalan suatu produk kosmetik tersebut. Oleh karena itu, peneliti memberi saran agar kedepannya dalam membeli suatu produk kosmetik mahasiswi ataupun pelanggan sebaiknya memperhatikan halal tidaknya produk kosmetik tersebut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk melakukan penelitian tambahan,peneliti selanjutnya mungkin tidak menggunakan variabel labelisasi halal karena tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas fokus penelitiannya dan melihat variabel-variabel tambahan yang mungkin berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan.

DAFATAR PUSTAKA

- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Anggraini, N. P., & Suryoko, S. (2018). PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUSAN PELANGGAN (Studi pada Konsumen Kosmetik Sariayu di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 359–369. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/21052>
- Batubara Risyia Maulida. (2017). Jurnal Riset Sains Manajemen. *Analisis Faktor-Faktor Sukses Sistem E-Payment*, 1(3), 97–102. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1236827>
- Claudia, C. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Gv. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(3).
- Dennisa, E. A., Santoso, S. B., & Manajemen, J. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Duryadi. (2021). Buku Ajar Metode Penelitian Ilmiah. (Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS). In *Yayasan Prima Agus Teknik* (Vol. 7, Issue 1).
- Fajar, R. A., Yunitarini, S., & Muhardono, A. (2022). Pengaruh Label Halal, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(2), 76.
- Febriyana, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Bedak Wardah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hasib, A., & Anwar, M. Khoiru. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Loyalitas Konsumen dalam Mengonsumsi Makanan Ringan di UNESA Ketintang (studi kasus terhadap anggota organisasi keislaman). *Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2019), 23–32.
- Hidayat, W. G. P. A. (2023). Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah dengan Menggunakan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Keislaman*, 6(1), 156–173. <https://doi.org/10.54298/jk.v6i1.3708>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Jiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. In *Strategi Pemasaran* (p. edisi 3).
- Khairunnisa, S., Muhlisin, S., & Yono, Y. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk,

- Religiusitas dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal di Kota Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 473–491. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.1669>
- Kotler, P. 2005. (2005). No Title. In *Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia: Vol. Jilid 1 da.*
- Larasati, F. S., Safitri, R. U., & Rahayu, P. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (STUDI KASUS PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH KOSMETIK DI TOKO EVIAA COSMETIK KARTASURA). *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2), 184–193.
- Mariam, A., & Nopianti, N. (2022). Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa / Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 2627–2633. <http://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/3943>
- Murniati, M. P., Purnamasari, V., R, S. D. A., C, A. A., Sihombing, R., & Warastuti, Y. (2019). Alat-Alat Pengujian Hipotesis. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 15, Issue 2).
- Na, D. E. C., & Hipertensiva, C. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Ninla Elmawati Falabiba, Anggaran, W., Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A., Wiyono, B. ., Ninla Elmawati Falabiba, Zhang, Y. J., Li, Y., & Chen, X. (2014). Teori1. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 5(2), 40–51.
- Nopitasari, N., Sentosa, E., & Nursina, N. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Kosmetik Make Over di Kelurahan Pulogadung). *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 76–86. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3337>
- Orth, P., Schnappinger, D., Sum, P.-E., Ellestad, G. A., Hillen, W., Saenger, W., & Hinrichs, W. (1999). PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 69 TAHUN 1999 TENTANG LABEL DAN IKLAN PANGAN PRESIDEN. *Journal of Molecular Biology*, 285, 455–461.
- Rakhi, H. (2019). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik: Studi Kasus Kota Pontianak. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 21–38. <https://doi.org/10.32678/ije.v10i1.119>
- Romdhoni, A. H., Prastiwi, I. E., & Suyanto. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Syariah Hotel Solo. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS*, 4(1), 480–485.
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2014). *PERILAKU KONSUMEN: pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian* (N. WK. (ed.); WK., Nikoe).
- Sekaran, Holliday, C. O. J., Schmidheiny, S., Watts, P., Schmidheiny, S., Watts, P., Montgomery, H., Pmi, University of Pretoria, Gentry, R. R., Lester, S. E., Kappel, C. V., White, C., Bell, T. W., Stevens, J., Gaines, S. D., Zavadskas, E. K., Cavallaro, F., Podvezko, V., ... Branch, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Angkatan

- 2018). *Pakistan Research Journal of Management Sciences*, 7(5), 1–2. <http://content.ebscohost.com/ContentServer.asp?EbscoContent=dGJyMNLe80Sep7Q4y9f3OLCmr1Gep7JSsKy4Sa6WxWXS&ContentCustomer=dGJyM PGptk%2B3rLJNuePfgex43zx1%2B6B&T=P&P=AN&S=R&D=buh&K=134748798%0Ahttp://amg.um.dk/~media/amg/Documents/Policies and Strategies/S>
- Sugiyono. (2018). Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Pendidikan. In *Revista de Química* (Vol. 9, Issue 1, pp. 1–14). http://ctic-cita.es/fileadmin/redactores/Explora/Tecnica_valoriz_ANICE.pdf%0Ahttp://bvssan.incap.org.gt/local/file/T469.pdf%0Ahttps://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1586/15/UPS-CT002019.pdf%0Ahttp://www.bdigital.unal.edu.co/6259/%0Ahttp://onlinelib
- Syafei, A. W., Widuhung, S. D., & Hadi, K. (2013). Penerapan Teknologi (Sistem) Berbasis Islam Pada Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, 2(1), 1–11.
- Thousani, H. F. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Study Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 86–92. <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i2.218>
- Warsoedi, W. A. P., & Pamikatsih, T. R. (2023). Kepuasan Konsumen Lipstik Wardah Ditinjau Dari Kualitas Produk, Kesadaran Merek Dan Label Halal Di Surakarta. *Uremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(3), 255-264.
- Dewantoro, D. H., Wisnalmawati, & Istanto, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (Survai Pada Coffe Shop Fihl Pekanbaru). *CIASTECH 2021*, 21–28.
- Zaen, M. Z. A. (2023). Pengaruh label halal, kualitas layanan online, dan harga terhadap pembelian di Go Food. *Journal of Halal Industry Studies*, 2(2), 77–86. <https://doi.org/10.53088/jhis.v2i2.756>



Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup Peneliti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Tamimatul Isnaini
 2. Tempat / Tanggal Lahir : Batang/14 September 2002
 3. Jenis Kelamin : Perempuan
 4. Agama : Islam
 5. Kebangsaan : Indonesia
 6. Status : Belum Kawin
 7. Alamat : Dk.Klopsawit,Ds.Kalibeluk,Warungasem,Batang
 8. Pekerjaan/NIM : Mahasiswi / 4120091
 9. Nama Orang Tua
 - a. Nama Ayah : Suradi
 - b. Nama Ibu : Jumaroh
 10. Pendidikan
 - a. SD : MI AL-AMIN KALIBELUK
 - b. SLTP : SMP N 2 Warungasem
 - c. SLTA : SMA N 2 Batang
- Perguruan Tinggi : UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan, Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Program Studi Ekonomi Syariah, Tahun
Masuk 2020

Pekalongan, 04 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Tamimatul Isnaini