

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri kecantikan di Indonesia semakin berkembang pesat. Saat ini Indonesia menduduki urutan ke 2 dengan jumlah penggunaan kosmetik paling besar setelah India. Seiring dengan perkembangan zaman kosmetik saat ini sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap wanita. Para wanita ingin berlomba-lomba tampil cantik dengan riasan wajahnya. Hal inilah yang membuat industri kecantikan makin hari semakin berkembang. Pada waktu pandemi COVID-19 sebagian besar industri mengalami penurunan drastis. Namun, industri kecantikan justru mengalami peningkatan yang cukup besar. Portal data pasar dan konsumen internasional, Statistika, memperkirakan bahwa pertumbuhan pasar industri kosmetik meningkat sebesar 4,59 persen per tahun selama periode 2023-2028, termasuk produk yang digunakan untuk perawatan kulit (*skincare*). Selain itu, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) melaporkan peningkatan jumlah pelaku industri kosmetik, yang mulanya sejumlah 819 pelaku industri kosmetik pada tahun 2021 menjadi 913 pelaku industri kosmetik di tahun 2022, yang menunjukkan pertumbuhan sebesar 20,6 persen.¹

Pekembangan industri kecantikan ini membuat para pengusaha berlomba-lomba menciptakan produk kosmetik dengan berbagai keunggulan. Bahkan sekarang produk lokal semakin banyak diminati oleh masyarakat dan mampu bersaing dengan produk luar negeri karena mutu dan kualitasnya yang

¹ Willi Medi Cristian Nababan, "Pertumbuhan Industri Kecantikan Ditopang Impor Bahan Baku, Kompas.id, Diakses Pada Tgl 23 Desember 2023

semakin bagus. Banyaknya produk kosmetik yang saat ini beredar tentunya membuat konsumen semakin bingung dalam menentukan kosmetik yang dipakainya.

Banyak sekali toko yang menjual produk kosmetik di kota Kediri. Peneliti telah melakukan observasi awal pada beberapa toko yang menjual produk kosmetik yang berada di Kota Kediri, dan diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 1.1
Toko Kosmetik Di Kota Kediri

No	Nama Toko	Alamat
1	Galuh Acessoris	Jl. Patiunus no. 03, Kemas, Kec. Kota, Kota Kediri
2	Samudera Swalayan	Jl. Raden Ajeng Kartini No. 69, Doko, Kec. Ngasem, Kabupaten Kediri
3	Sudut Cantik	Jl. Permata Hijau Blok U1, Singonegaran, Kec. Pesantren, Kota Kediri

Sumber : Hasil observasi peneliti

Pada Tabel 1.1 dapat diketahui beberapa toko yang menjual produk kosmetik di Kota Kediri. Peneliti mengambil tiga lokasi yang paling besar dan populer untuk dijadikan perbandingan. Toko tersebut diantaranya adalah Galuh Acessoris, Samudera Swalayan dan Sudut Cantik. Berikut adalah perbandingan dari ketiga toko tersebut.

Tabel 1.2
Perbandingan Toko Kosmetik Di Kota Kediri

No	Perbedaan	Galuh Acessoris	Samudera Swalayan	Sudut Cantik
1	Product	Menjual berbagai aksesoris , baju	Menjual kebutuhan pokok,	Hanya fokus menjual kosmetik saja, memiliki

		dan kosmetik, merek kosmetik yang dijual lumayan beragam, tidak ada tester untuk produk	peralatan rumah tangga dan kosmetik, produk kosmetik masih sedikit, tidak ada tester untuk produk	100+ brand lokal, Produk dijamin ori, menyediakan tester untuk setiap produknya
2	Price	Tersedia mulai Rp 1000, harga murah hanya untuk pembelian grosir saja, pembayaran mengunggulkan cash / kartu debit	Hrga untuk produk kosmetik lumayan mahal, tidak menyediakan harga grosir, pembayaran melalui cash / e-wallet/ kartu debit	Tersedia mulai harga Rp1000, harga bersaing tanpa minimal pembelian, menyediakan harga grosir, pembayaran melalui cash / e-wallet / kartu debit
3	Place	Hanya memiliki satu cabang, Parkiran luas, tempat penitipan barang, bersih dan AC, tidak menyediakan spot foto	Hanya memiliki satu cabang, parkiran luas, bersih tidak ber AC, tidak ada spot foto	Memiliki 3 cabang di Kota Kediri, lokasi strategis, parkiran luas, bersih dan AC, menyediakan spot foto
4	Promotion	Pamflet, instagram, facebook, whatsapp, website, diskon untuk beberapa produk	Pamflet, instagram, facebook, whatsapp, website	Instagram, facebook, whatsapp, website, banyak diskon setiap harinya, bonus saat jumat berkah
5	Rating	4,2	4,4	4,9

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat disimpulkan melalui perbandingan toko kosmetik di Kota Kediri yaitu Galuh Acessoris, Samudera Swalayan dan Sudut Cantik diketahui bahwa Sudut Cantik memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan toko kosmetik lainnya. Pada produknya Sudut Cantik

memiliki lebih dari 100 brand lokal dan dijamin original serta memberikan tester untuk setiap produknya jadi konsumen bisa mencoba terlebih dahulu produk yang ingin dibeli hal ini juga bisa menambah keyakinan konsumen dalam membeli produk. Pada harganya sudut cantik memiliki harga yang bersaing taanpa minimal pembelian, untuk reseller dan dropshipper Sudut Cantik juga memberikan harga khusus yang lebih murah lagi. Pembayaranannya bisa dilakukan melalui banyak cara yaitu melalui *cash*, *debit* atau *e-wallet*. Sudut Cantik juga memiliki dua cabang di Kota Kediri, lokasinya juga sangat strategis memiliki parkirana yang cukup luas. Di Sudut Cantik juga menyediakan spot foto bagi kaum milenial yang suka berfoto. Pada promosinya Sudut Cantik juga memiliki keunggulan dengan adanya banyak diskon disetiap harinya. Sudut cantik juga memiliki rating tertinggi dibandingkan dengan toko kosmetik lainnya.

Peneliti telah melakukan observasi awal kepada 30 responden di Sudut Cantik Kediri untuk mengetahui merek kosmetik yang paling banyak diminati di Sudut Cantik Kediri. Berikut adalah merek kosmetik yang paling banyak diminati oleh konsumen Sudut Cantik Kediri.

Tabel 1.3
Merek Kosmetik Yang Paling Diminati Di Sudut Cantik Kediri

Merek Kosmetik	Jumlah Responden
Wardah	11
Emina	7
Make Over	4
Pixy	3
Hanasui	5

Sumber : Observasi Penulis

Berdasarkan tabel 1.3 diketahui jika banyaknya responden yang memilih merek kosmetik Wardah sebanyak 11 orang, Emina Sebanyak 7 orang, Make Over sebanyak 4 orang, Pixy sebanyak 3 orang dan Hanasui sebanyak 5 orang. Hal ini menunjukkan jika Wardah menjadi kosmetik yang paling banyak diminati di Sudut Cantik Kediri.

Dalam memilih suatu produk kosmetik tentunya para konsumen memiliki banyak pertimbangan salah satunya yaitu label halal. Mengingat saat ini pemerintah sedang menggencarkan produk-produk yang wajib bersertifikasi halal. Label halal merupakan penulisan kata halal di kemasan produk sebagai identitas jika produk itu dijamin kehalalannya. Menurut Pasal 3 dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dijelaskan bahwa penyediaan produk yang memenuhi standar halal dalam setiap jenis produk memiliki tujuan untuk menciptakan rasa nyaman, rasa aman, keselamatan, serta kepastian adanya produk halal kepada masyarakat dalam proses konsumsi dan penggunaan produk. Selain itu, hal ini diharapkan dapat Meningkatkan keuntungan dan daya saing bagi pelaku usaha dalam proses produksi dan pemasaran produk halal.²

Pemahaman tentang halal dalam masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan umat muslim telah banyak diketahui dan diterapkan secara luas. Prinsip halal mengacu pada kelayakan dan kebersihan segala sesuatu yang dikonsumsi manusia sesuai dengan ajaran syariat islam.³ Indonesia sebagai

² Republik Indonesia, Undang-Undang RI No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal

3

³ Tri Widodo, "*Pengaruh Labelisasi Halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk indomie*". (Skripsi Program Ilmu Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2015), 6

negara dengan penduduk mayoritas muslim mendorong tingginya permintaan produk yang bersertifikasi halal termasuk produk kosmetik. Kosmetik halal ialah produk kecantikan yang dibuat dari bahan-bahan yang sesuai dengan aturan agama islam dan diproses tanpa campuran zat-zat yang dianggap haram. Permintaan konsumen terhadap produk yang memiliki label halal semakin meningkat, di mana konsumen tidak hanya menginginkan produk yang aman dan terjamin kandungannya, tetapi juga menekankan pada aspek kehalalan. Oleh karena itu label halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Yevy Januarti Rosuda bahwa label halal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik.

Harga juga merupakan faktor yang perlu diperhatikan sebelum membeli produk. Harga merupakan besarnya uang yang berperan sebagai media pertukaran untuk dapat menikmati suatu produk atau layanan. Secara rinci, harga dapat dijelaskan sebagai jumlah uang yang diminta atau nilai yang diberikan sebagai pembayaran atas produk atau layanan dan sebagai ganti manfaat atas barang atau layanan. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, harga mempunyai dua peran pokok. Pertama, sebagai fungsi alokasi dana, harga membantu pembeli dalam menentukan teknik mendapatkan keuntungan atau manfaat tertinggi sesuai dengan kemampuan membelinya. Kedua, sebagai sumber informasi, harga berfungsi memberikan konsumen wawasan mengenai faktor-faktor terkait produk. Keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh kebijakan penetapan harga yang diadopsi oleh produsen, karena besaran harga yang ditentukan oleh perusahaan

mampu dijadikan indikator permintaan pada produk.⁴ Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ini juga diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yelli Riska Putri yang mengatakan jika label halal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Tabel 1.4

Perbandingan Produk Dan Harga Pada Kosmetik Di Sudut Cantik Kediri

No	Nama Kosmetik	Produk	Harga
1	Wardah	Sudah memiliki sertifikat halal sejak tahun 1998, kualitas produk sudah terjamin karena sudah terdaftar BPOM dan sudah memiliki label halal, bahan baku yang digunakan sudah dipastikan aman dan memenuhi syariat islam.	Menyediakan diskon up to 70%, terdapat paket bundling produk yang harganya lebih murah, banyak variasi ukuran sehingga harganya juga bervariasi, selalu ada diskon disetiap even toko.
2	Lameila	Belum memiliki sertifikat halal dan belum terdaftar BPOM, kualitas masih diragukan dan belum terjamin keamanan serta kehalalannya. Bahan baku yang digunakan belum tentu aman untuk kulit.	Tidak ada paket bundling produk, diskon hanya pada saat even saja, harganya tidak variatif karena hanya tersedia satu ukuran saja.
3	Pink Flash	Beberapa produk masih belum memiliki sertifikat halal dan izin BPOM, kualitas produk masih diragukan karena ada pelung tercampurnya zat haram dan berbahaya pada kosmetik, bahan baku yang digunakan belum semuanya aman.	Terdapat potongan harga pada produk tertentu, harganya tidak variatif karena hanya tersedia satu ukuran saja. Tidak ada paket bundling produk yang harganya lebih murah.

Sumber : Obsevasi Penulis

⁴ Santri Zulaicha Dan Rusda Irawati, "Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam", *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, ISSN:2338-4840, Vol.4, No. 2, 2016,124

Berdasarkan tabel 1.4 diketahui bahwa kosmetik Wardah unggul dalam segi kualitas produk dan harganya. Pada produknya Wardah Sudah memiliki sertifikat halal sejak tahun 1998. Kualitas produk Wardah sudah terjamin karena sudah terdaftar BPOM dan sudah memiliki label halal, bahan baku yang digunakan sudah dipastikan aman dan memenuhi syariat islam. Sedangkan pada harganya Wardah Menyediakan diskon up to 70%, terdapat paket bundling produk yang harganya lebih murah, banyak variasi ukuran sehingga harganya juga bervariasi, selalu ada diskon di setiap even toko.

Penulis mengambil objek kosmetik Wardah karena Wardah adalah pencetus kosmetik halal pertama di Indonesia dengan harga yang sangat terjangkau serta menawarkan kesan natural sehingga sangat cocok bagi semua kalangan . Wardah adalah satu dari beberapa merek kosmetik lokal yang diproduksi oleh PT. Paragon *Technology and Innovation*. Wardah juga sudah memiliki sertifikat halal sejak tahun 1998.

Wardah selalu menekankan penggunaan bahan baku yang aman untuk kulit dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dalam produk-produknya. Dari tahap pengembangan hingga pendistribusiannya, kehalalan tetap menjadi prioritas utama bagi Wardah.⁵ Wardah menerapkan konsep *Halal Green Beauty* dalam produk-produknya, dimana didalamnya mencakup 5 prinsip yakni halal, natural, *alcohol free*, *local and global expert* serta *cruelty free*.⁶

Pada tahun 2023 wardah berhasil mengantongi 3 penghargaan di ajang LPPOM

⁵ Putri Salsabila, Wardah Kampanyekan Penggunaan Kosmetik ‘Halal dari Awal’, <https://lifestyle.bisnis.com/read/20190123/220/881676/wardah-kampanyekan-penggunaankosmetik-halal-dari-awal> diakses tanggal 02 Oktober 2022

⁶ Diva Angelia, 7 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022, <https://goodstats.id/article/7-merek-kosmetik-lokal-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-36qU3>, diakses pada tanggal 28 september 2023

MUI Halal Award. Adapun 3 penghargaan yang diterima adalah *Long Life Achievement, Best Social Contribution dan Favorite Halal Brand*.⁷ 20 tahun setelah munculnya wardah membuat bertambahnya peminat yang terus meningkat terhadap produk kosmetik halal. Peminat ini tidak hanya berasal dari kalangan masyarakat islam, bahkan berasal dari masyarakat luas diluar agama islam yang menerapkan produk halal sebagai bagian dari kebiasaan hidup, mengingat label halal diyakini sebagai jaminan keamanan serta kualitas produk itu. Dalam mencari produk yang memenuhi kebutuhan mereka, konsumen cenderung memilih produk yang menawarkan banyak manfaat, bukan hanya secara nyata saja tetapi juga secara emosional hingga mencapai ketenangan batin.⁸

Dalam memilih suatu produk kosmetik tentunya konsumen juga akan melewati proses keputusan pembelian. Keputusan pembelian yaitu tahap menentukan pilihan yang dilakukan oleh konsumen saat akan membeli produk atau tidak.⁹ Konsumen memiliki kebebasan menentukan produk yang ingin dibelinya dengan menyesuaikan kebutuhannya, menentukan jenis produk, jumlah pembelian, waktu, tempat pembelian, dan alasan di balik keputusan pembelian. Konsumen sebelum membeli umumnya melewati lima tahapan diantaranya pengenalan masalah, pencapaian informasi, evaluasi terhadap

⁷ Putri Salsabila, Wardah Kampanyekan Penggunaan Kosmetik 'Halal dari Awal', <https://lifestyle.bisnis.com/read/20190123/220/881676/wardah-kampanyekan-penggunaankosmetik-halal-dari-awal>, diakses tanggal 02 Oktober 2022

⁸ Wahyu Budi Utami, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli*, (Skripsi Program Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013) , 3

⁹ Kotler, Philip, Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta :2009

alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian.¹⁰

Keputusan pembelian memiliki banyak faktor yang mempengaruhinya. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anastasya Safitri mengenai pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian mengindikasikan jika label halal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.¹¹ Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Yevi Januarti Rosida yang juga mengemukakan jika label halal berpengaruh pada keputusan pembelian.¹² Selain itu Kotler menyatakan bahwa *Marketing Mix*, atau bauran pemasaran, mencakup strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapainya. Elemen dalam bauran pemasaran dibagi menjadi 4 kelompok atau 4P yaitu produk (*product*), promosi (*promotion*), harga (*price*) dan tempat (*place*).

Berikut adalah hasil survei sementara yang dilakukan oleh penulis kepada 30 responden di toko kosmetik Sudut Cantik Kota Kediri mengenai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk Wardah di Sudut Cantik Kota Kediri.

¹⁰ Danang Suniyoto, "*Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*", (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2013), 100

¹¹ Anastasya Safitri, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Makanan (Snack) Jepang Di Surabaya", *Jurnal Tata Boga*, Vol. 12 No. 2 2023

¹² Yevi Januarti Rosuda, "Pengaruh Label Halal, *Social Media Advertising*, *Perceived Brand Interactivity* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Salatiga Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Interveing", *Al Muraqabah: Journal Of Management and Sharia Business*, Vol.02 No. 02 Desember 2022

Tabel 1.5
Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan
Pembelian Kosmetik Wardah di Sudut Cantik Kediri

No	Faktor Keputusan Pembelian	Jumlah
1	<i>Product</i> (Label Halal)	15
2	<i>Price</i>	9
3	<i>Promotion</i>	4
4	<i>Place</i>	2

Sumber : Observasi Penulis

Berdasarkan tabel 1.5 diketahui data awal yang diperoleh menunjukkan bahwa konsumen yang memilih produk berlabel halal sebanyak 15 orang, harga sejumlah 9 orang, promosi sejumlah 4 orang dan tempat sebanyak 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa faktor terbesar terjadinya keputusan pembelian produk kosmetik Wardah adalah produk berlabel halal yaitu sebanyak 12 responden dan harga sebanyak 9 responden. Produk berlabel halal dapat menjadi daya tarik tersendiri kepada konsumen dikarenakan label halal dapat mencerminkan jika produk itu terjamin kehalalannya sesuai syariat islam. Selain itu label halal juga dapat menyuguhkan jaminan rasa aman dan kebersihan produk untuk pembeli sehingga dapat memperbesar kepercayaan mereka terhadap produk. Sedangkan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena konsumen cenderung mempertimbangkan terjangkaunya harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan daya saing harga.

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui sejauh mana pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian. Untuk itu

penulis akan mencoba melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Produk Berlabel Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Konsumen Sudut Cantik Kota Kediri**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Produk Berlabel halal pada kosmetik Wardah di Sudut Cantik Kediri ?
2. Bagaimana harga pada kosmetik Wardah pada kosmetik Wardah di Sudut Cantik Kediri ?
3. Bagaimana keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen Sudut Cantik Kediri ?
4. Bagaimana Bagaimana pengaruh Produk Berlabel halal terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada konsumen Sudut Cantik Kota Kediri?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen Sudut Cantik Kota Kediri?
6. Bagaimana pengaruh Produk Berlabel halal dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen Sudut Cantik Kota Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui Produk Berlabel halal pada kosmetik Wardah di Sudut Cantik Kediri.
2. Mengetahui harga pada kosmetik Wardah di Sudut Cantik Kediri.
3. Mengetahui keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen Sudut Cantik Kediri.
4. Mengetahui pengaruh Produk Berlabel halal terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada konsumen Sudut Cantik Kota Kediri .
5. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen Sudut Cantik Kota Kediri .
6. Mengetahui pengaruh Produk Berlabel halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen Sudut Cantik Kota Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman mengenai Produk Berlabel halal, harga dan keputusan pembelian khususnya pada bidang kosmetik. Penelitian ini diharapkan juga mampu memperkuat penelitian sebelumnya.

2. Manfaat secara praktis

a. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan tambahan pengetahuan atau rujukan serta referensi awal bagi penelitian selanjutnya.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebuah masukan bagi perusahaan agar tetap mengedepankan Produk Berlabel halal dan harga sebagai upaya dalam meningkatkan penjualan di perusahaan.

E. Telaah Pustaka

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Kosmetik (Studi Kasus Pada Siswi Jurusan Kecantikan SMKN 3 Kediri), Oleh Yesi Agustin (2022) mahasiswa IAIN Kediri. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa harga memiliki korelasi terhadap keputusan pembelian pada produk Emina kosmetik. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yaitu mengenai keputusan pembelian dan sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu hanya menggunakan satu variabel X yaitu harga dan penelitian yang sekarang menggunakan dua variabel X yaitu label halal dan harga.
2. Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di DepoAir Minum (Studi Pada Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya), Oleh Nanik Sugiarti (2021) mahasiswa IAIN Kediri. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat

antara produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Depo Air Minum Biru Di Kecamatan Gunung Anyar kota Surabaya. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yaitu mengenai keputusan pembelian dan sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu menggunakan variabel produk dan harga sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan variabel label halal dan harga.

3. Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk ZA Studi Pada UD Pertanian Eka Tani Ngronggot (2023) Oleh Maya Ulfatu 'Aini. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan perbedaannya terletak pada variabel penelitiannya yaitu menggunakan variabel produk dan harga sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel label halal dan harga. Ojek pada penelitian terdahulu yaitu pada UD Pertanian Eka Tani sedangkan pada penelitian ini objeknya adalah toko kosmetik Sudut Cantik.
4. Pengaruh Label Halal, *Social Media Advertising*, *Perceived Brand Interactivity* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Salatiga Melalui Kepercayaan Sebagai *Variabel Interveing*, oleh Yevy Januarti Rosuda dan Ahmad Samingan (2022) mahasiswa Universitas Islam Negeri Salatiga. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara label halal dengan keputusan

pembelian. Sedangkan *social media advertising* dan *perceived brand interactivity* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan perbedaannya terletak pada variabel penelitiannya.

5. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Makanan (*Snack*) Jepang Di Surabaya. Oleh Anastasya Safitri (2024) Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk makanan (*snack*) Jepang di Surabaya. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel penelitian yaitu label halal dan keputusan pembelian sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu asumsi awal mengenai masalah yang sedang diteliti dan memerlukan pembuktian lebih lanjut melalui uji empiris untuk memastikan kebenarannya. Jika bukti yang ditemukan menunjukkan bahwa hipotesis tersebut tidak benar, maka hipotesis tersebut akan ditolak. Sebaliknya, jika hasil pengujian membuktikan kebenarannya, maka hipotesis tersebut diterima. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti akan merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Ho : Tidak terdapat pengaruh Produk Berlabel Halal terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada pada konsumen Sudut Cantik Kota Kediri.

Ha : Terdapat pengaruh Produk Berlabel Halal terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen Sudut Cantik Kota Kediri.

2. Ho : Tidak terdapat pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian kosmetik pada konsumin Sudut Cantik Kota Kediri.

Ha : Terdapat pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada pada konsumen Sudut Cantik Kota Kediri.

3. Ho : Tidak terdapat pengaruh Produk Berlabel Halal dan Harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada pada konsumen Sudut Cantik Kota Kediri.

Ha : Terdapat pengaruh Produk Berlabel Halal dan Harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada pada konsumen Sudut Cantik Kota Kediri.

