

**PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH
DI SVJ COSMETIC KOTA TANJUNGPINANG
PROVINSI KEPULAUAN RIAU**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata satu
Ekonomi (S.E)

Oleh :

BUNGA
NIM. 211753

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI SULTAN
ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU
2025
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU**

Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610
Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bunga
NIM : 211753
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini terdapat plagiasi, baik isi, logika, maupun datanya, secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang diperoleh karenanya secara otomatis batal demi hukum.

Bintan, Juni 2025
Yang menyatakan



Bunga
NIM. 211753

PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU
Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 0771-4442610
Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul : Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap
Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik
Wardah Di SVJ Cosmetic Kota Tanjungpinang
Provinsi Kepulauan Riau
Nama : Bunga
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Telah dimunaqasyahkan pada : Kamis, 17 Juli 2025
Nilai Munaqasyah :
Dan dinyatakan telah diterima oleh STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang

Sella Kurnia Sari, M. Sc
NIDN. 2022119101

Penguji I

Aulia Rahman, M.E.I
NIDN. 2130078802

Sekretaris

Hanafi Yunus, Lc., M.H.I
NIDN. 2009117902

Penguji II

Sudanto, M.M
NIDN. 2115046201

Bintan, Juli 2025

STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau

Ketua,



Dr. H. Muhammad Faisal, M.Ag
NIP. 197503242006041005

PERSETUJUAN PEMBIMBING



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU**

Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610
Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id


SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Bunga
NIM : 211753
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Minat Beli
Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah di SVJ
Cosmetic Kota Tanjung Pinang.

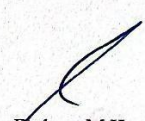
Menyatakan bahwa skripsi ini sudah layak untuk dilanjutkan pada sidang
Munaqasyah. Diharapkan semoga skripsi tersebut sudah dapat diterima dan dapat
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pembimbing I


Kama Azaman, M.M
NIDN. 1008118302

Bintan, Juni 2025

Pembimbing II


Firdaus, M.H
NIDN. 2101079003

NOTA DINAS PEMBIMBING



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU**

Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610
Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Program Studi MBS
STAIN Sultan Abdurrahman
Kepulauan Riau

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang berjudul: Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah di SVJ Cosmetic Kota Tanjung Pinang.

Yang ditulis oleh:

Nama : Bunga
NIM : 211753
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada program studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau untuk diujikan dalam rangka untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Kamaruzaman, M.M
NIDN. 1008118302

Bintan, Juni 2025

Pembimbing II

Eridaus, M.H
NIDN. 2101079003

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam. Dalam ajaran Islam, terdapat berbagai ketentuan yang harus dijalankan oleh umatnya. Salah satunya adalah kewajiban bagi umat Muslim, khususnya di Indonesia, untuk menjalani seluruh aktivitas sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Salah satu aspek penting dalam ajaran Islam adalah terkait konsumsi produk. Oleh karena itu, Islam mengharuskan setiap makanan yang dikonsumsi berasal dari proses yang halal dan mengandung unsur-unsur yang halal pula, agar dapat memberikan manfaat bagi seluruh bagian tubuh.¹

Keputusan seorang muslim dalam mengonsumsi produk halal mencerminkan perilakunya yang dipengaruhi oleh pemahaman dan keyakinannya terhadap ajaran Islam. Tindakan ini juga merupakan bentuk upaya dalam menjalankan perintah agama sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW. Ketika seorang muslim memilih untuk menggunakan atau mengonsumsi produk yang halal, maka ia telah berusaha untuk menerapkan ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits.²

¹ Indah Novarintan, Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Oleh Mahasiswa Ekonomi Syariah Menurut Perspektif Ekonomi Syariah, Skripsi, 2022.

² Siti Nurmaya Adianti and Febrima Ayuningrum, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Al-Fatih Global Mulia* 5, no. 1 (2023): 45–56.

Dalam Al-Quran, Surat Al-Baqarah ayat 168, yang berbunyi

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُفُّوا مِمَّا فِى الرِّضَىٰ ۚ حَلَّالٌ طَيِّبٌ ۚ وَتَتَّبِعُوا خُطَىٰ ۚ ۗ إِنَّكُمْ لَعِندَ رَبِّىۤ أَتَّيِّبِينَ

Artinya: “Wahai manusia! makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti Langkah – Langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”³

Ayat tersebut menjelaskan secara tegas bahwa Allah memerintahkan seluruh manusia untuk mengonsumsi makanan yang halal (diperbolehkan) dan thayyib (baik). Ini menunjukkan bahwa dalam pandangan Islam, persoalan halal dan haram terkait makanan atau barang yang dikonsumsi bukan hanya berlaku bagi umat Muslim, tetapi merupakan prinsip penting yang ditujukan untuk kebaikan seluruh manusia. Dalam konteks perilaku konsumen muslim, ayat ini menjadi dasar bahwa konsumen harus memperhatikan status kehalalan suatu produk sebelum membeli dan mengonsumsinya.

Menurut tafsir Ibnu Katsir, ayat ini merupakan peringatan agar manusia tidak hanya memperhatikan kenikmatan dunia, tetapi juga memperhatikan aturan syariat dalam memilih konsumsi. Mengikuti langkah-langkah setan dalam konteks ini bisa berarti memilih sesuatu yang haram, menipu dalam berdagang, atau mengabaikan nilai-nilai moral Islam.⁴

³ Q.S Al-Baqarah (2): 168

⁴ Anisa Ilmia and Ahmad Hasan Ridwan, “Tafsir Qs. Al-Baqarah Ayat 168 Dan Korelasinya Dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal,” *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen* 4, no. 2 (2023): 193–202, <https://doi.org/10.15575/jim.v4i2.28724>.

Dengan demikian, Surah Al-Baqarah ayat 168 ini dapat menjadi landasan spiritual dan etis dalam membentuk perilaku konsumen muslim, khususnya dalam memilih produk yang halal seperti kosmetik, makanan, dan barang konsumsi lainnya.

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia meningkat pesat, terutama di konsumen muda yang peduli dengan kecantikan dan kesehatan. Penampilan fisik, khususnya wajah dan tubuh, kini dianggap sama pentingnya dengan gaya berpakaian. Kebutuhan manusia terbagi atas kebutuhan primer dan sekunder. Namun, saat ini kebutuhan akan tampil cantik dan menarik melalui produk kosmetik menjadi salah satu kebutuhan primer bagi perempuan. Sebagai segmen pasar yang besar dan potensial, perempuan memiliki beragam kebutuhan kosmetik yang digunakan hampir sepanjang hari. Keinginan untuk tampil menarik, khususnya di hadapan lawan jenis, mendorong tingginya minat beli dan menjadikan kosmetik sebagai bagian dari gaya hidup. Hal ini mendorong perusahaan kosmetik untuk terus berinovasi dalam memenuhi permintaan pasar.⁵

Minat beli merupakan perasaan yang muncul dari konsumen terhadap suatu produk, barang, atau jasa. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor rasional seperti kualitas, harga, dan layanan, serta faktor emosional seperti kenyamanan, keamanan, dan tampilan. Dalam strategi pemasaran, konsumen memegang peranan penting karena merekalah yang menentukan pilihan

⁵ Elfia Vindi Saputri and Heny Sidanti, "Pengaruh Label Halal, Bahan Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Impor Korea (Pada Masyarakat Muslim Kota Madiun)," *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*, no. September (2022).

produk melalui proses penilaian. Biasanya, konsumen akan memilih produk yang harganya sesuai dengan kualitas dan memiliki label halal sebagai jaminan bahwa produk tersebut aman dan sesuai dengan aturan agama. Jika produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, maka minat untuk membelinya akan semakin tinggi.⁶

Salah satu cara efektif untuk meningkatkan penjualan produk adalah dengan mencantumkan label halal. Label halal adalah tanda atau tulisan pada kemasan yang menunjukkan bahwa produk tersebut telah dinyatakan halal oleh lembaga berwenang, seperti BPOM dan MUI. Pencantuman label ini bertujuan untuk melindungi hak konsumen Muslim agar merasa aman dan nyaman dalam menggunakan produk, khususnya kosmetik. Dengan adanya label halal, konsumen dapat lebih yakin bahwa produk tersebut sesuai dengan hukum Islam dan tidak mengandung bahan yang dilarang.⁷

Saat ini, permintaan konsumen terhadap produk berlabel halal semakin tinggi. Konsumen tidak hanya menginginkan produk yang bersih dan aman, tetapi juga memastikan kehalalannya, terutama bagi umat Muslim yang harus menjaga kesucian, termasuk dalam memenuhi syarat sahnya salat. Label halal menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim. karena itu, setiap produk sebaiknya diperiksa dan dipastikan kehalalannya sebelum dipasarkan. Produk yang belum memiliki sertifikat atau

⁶ Yuni Andriani, "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia(STUDI KASUS: HPAI DC. Bunda Evy, Kota Bengkulu)," 2020, 100.

⁷ Reza Ayu Fajriah and Edi Susilo, "Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Pembelian Produk Kosmetik Emina," *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5, no. 2 (2024): 4435–44, <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

label halal sering dianggap tidak layak untuk digunakan atau dikonsumsi menurut aturan Islam. Keraguan masyarakat terhadap status halal suatu produk mendorong perusahaan untuk memberikan kepastian dan jaminan, agar umat Muslim merasa yakin dan aman saat menggunakan produk tersebut.⁸

Selain label halal, harga merupakan faktor penting yang dipertimbangkan konsumen saat membeli produk. Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh barang atau jasa, dan berperan besar dalam keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk yang memberikan manfaat terbaik sesuai dengan kemampuan finansialnya. Selain itu, harga juga mencerminkan kualitas suatu produk. Jika harga terlalu murah, konsumen mungkin meragukan mutu produk tersebut. Oleh karena itu, harga harus ditetapkan secara wajar dan sebanding dengan manfaat yang diberikan. Harga yang tinggi dapat diterima jika sesuai dengan kualitas dan nilai yang diterima konsumen. Selain memengaruhi keputusan pembelian, harga juga membantu menciptakan nilai dan membangun hubungan jangka panjang antara konsumen dan perusahaan.⁹

Fenomena maraknya produk kosmetik yang belum jelas kehalalannya menjadi perhatian, terutama bagi perempuan Muslim di Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar. Kosmetik yang mengandung bahan

⁸ Helsy Zella Rafita, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013- 2016 UIN Raden Intan Lampung)," *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung*, 2017, 108–10.

⁹ Muhammad Fahmul Iltiham and Muhammad Nizar, "Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian," *Malia (Terakreditasi)* 11, no. 2 (2020): 311–26.

haram atau berbahaya tidak hanya dapat mengganggu ibadah, tetapi juga membahayakan kesehatan. Oleh karena itu, penting bagi konsumen untuk memilih produk berlabel halal agar terhindar dari keraguan dan dampak negatif. Namun, masih banyak konsumen yang mengabaikan label halal dan izin BPOM, bahkan tergoda membeli produk mengandung merkuri karena harga murah dan hasil instan, meskipun berisiko merusak kulit.¹⁰

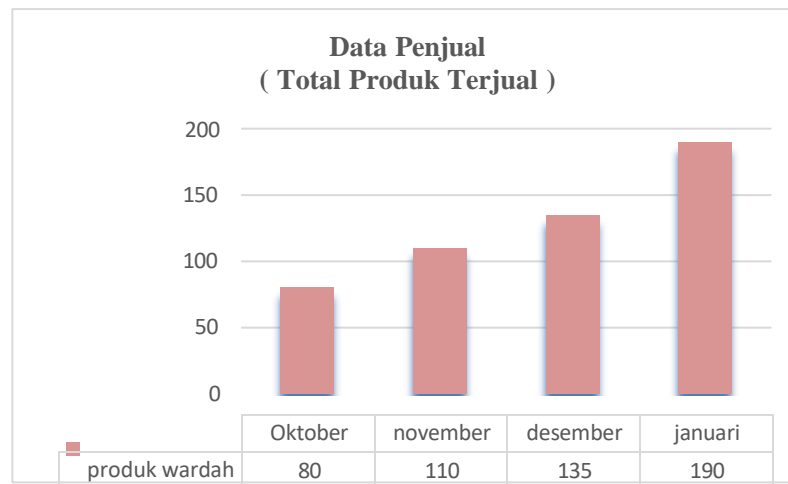
Wardah cosmetic dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan pelopor kosmetik halal di Indonesia yang mengusung konsep produk halal dan aman digunakan, sehingga sangat relevan dengan variabel penelitian saya yaitu label halal. Wardah merupakan merek kosmetik halal yang dikembangkan oleh PT Paragon Technology and Innovation. Produk ini pertama kali diluncurkan pada tahun 1995 dengan keunggulan utamanya sebagai kosmetik yang telah bersertifikat halal. Komitmen Wardah terhadap kehalalan produknya dibuktikan melalui berbagai penghargaan, salah satunya yaitu Halal Top Brand 2018 yang diberikan oleh LPPOM MUI, sebagaimana diberitakan oleh Gatra.com. Selain status halalnya, Wardah juga dikenal karena kualitas produknya yang baik serta harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan merek kosmetik lain yang lebih mahal.¹¹

¹⁰ Afiqah Luthfatul and Ahmad Afandi, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Penggunaan Label Halal Serta BPOM Terhadap Minat Beli Skincare Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2023): 336–47.

¹¹ Nurul Hanifah Maulidiah, Fitriani Latief, and Nurhaeda Zaeni, "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Pada Toko Satu Sama Hertasning Makassar," *Nobel Management Review* 4, no. 1 (2023): 69–79.

Berikut ini adalah data penjualan produk kosmetik wardah pada salah satu toko kosmetik yang ada di Tanjung Pinang yaitu SVJ Cosmetic mengalami ketidakstabilan penjualan, seperti data berikut:

Gambar 1.1 Data Penjualan Produk Kosmetik Wardah di SVJ Cosmetic Kota Tanjung Pinang



Sumber: *SVJ Cosmetic, 2025*

Pada data diatas dapat dilihat bahwa data penjualan produk kosmetik wardah mengalami ketidakstabilan penjualan. Pada bulan oktober mendapatkan penjualan terendah sebesar 80 produk yang terjual, kemudian pada bulan januari tahun 2025 mengalami kenaikan yang cukup signifikan sebanyak 190 produk terjual dan kembali mendapatkan angka penjualan naik turun pada bulan – bulan berikutnya.

Sebagai merek lokal, Wardah cukup populer di kalangan konsumen. Namun, dengan persaingan produk kosmetik yang semakin banyak dan meningkatnya kesadaran akan pentingnya produk halal, perusahaan perlu membuat strategi pemasaran yang lebih baik. Saat ini, belum ada penelitian yang secara khusus membahas pengaruh label halal dan harga terhadap minat

beli konsumen di SVJ Cosmetic. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara jelas dan ilmiah bagaimana pengaruh label halal dan harga terhadap minat beli konsumen terhadap produk Wardah. Hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu pengelola toko dalam membuat strategi pemasaran yang lebih efektif dan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.¹²

Penelitian sebelumnya oleh Nila Nopianti menunjukkan bahwa label halal dan harga secara individu maupun bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen kosmetik.¹³ Sementara itu, Reni Kumalasari menemukan bahwa harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli, tetapi label halal hanya memiliki hubungan tanpa pengaruh signifikan. Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya ketidakkonsistenan dalam temuan sebelumnya, sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk memperbarui dan memperkuat pemahaman mengenai pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik.¹⁴

Toko SVJ Cosmetic dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu toko kosmetik terbesar dan terlengkap di Tanjung Pinang, yang menyediakan berbagai produk kosmetik termasuk produk Wardah. Berlokasi strategis di antara Tanjung Pinang dan Bintan, toko ini mudah dijangkau konsumen, memiliki kepadatan konsumen yang cukup tinggi sehingga penulis

¹² Syafrida Hafni Sahir et al., "Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan," *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 1 (2016): 1–15, www.pom.go.id.

¹³ Aam Mariam and Nila Nopianti, "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa / Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis)," *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 2 (2022): 2627–33.

¹⁴ Maldonado Rodríguez, Velastequí, "Pengaruh Harga Dan Label Halal Terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Herbal Penawar Al- Wahida Indonesia (HPAI)," 2019, 1–23.

dapat dengan mudah mengumpulkan data tentang perilaku konsumen di toko ini. Saat ini, SVJ Cosmetic memiliki tiga cabang, yaitu di Kios Bincen depan SDN 015 Tanjung Pinang Timur, KM 11 Ruko Central Kencana Uban Lama, dan KM 8 atas (DD Cosmetic). Penelitian ini difokuskan pada outlet kedua di KM 11 Ruko Central Kencana Uban Lama karena tingginya jumlah konsumen dan memiliki lokasi yang cukup strategis, sehingga memudahkan pengumpulan data mengenai perilaku pembeli di lokasi tersebut.

Peneliti memilih konsumen yang pernah membeli produk kosmetik Wardah di SVJ Cosmetic sebagai responden. Sebagian masyarakat menganggap label halal sebagai pertimbangan penting saat membeli kosmetik, sementara yang lain kurang memperhatikannya. Berdasarkan hal tersebut, penulis melihat pentingnya meneliti pengaruh label halal dan harga terhadap minat beli konsumen. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah di SVJ Cosmetic Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau."

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: ¹⁵

¹⁵ Mariam and Nopianti, "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa / Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis)."

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk kosmetik Wardah di SVJ Cosmetic Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk kosmetik Wardah di SVJ Cosmetic Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau?
3. Apakah label halal dan harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk kosmetik Wardah di SVJ Cosmetic Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau?

C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan Penelitian:

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap minat beli konsumen pada produk kosmetik Wardah di SVJ Cosmetic Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada produk kosmetik Wardah di SVJ Cosmetic Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau.
3. Untuk mengetahui pengaruh label halal dan harga terhadap minat beli konsumen pada produk kosmetik Wardah di SVJ Cosmetic Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau.

b. Kegunaan Penelitian:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang pemasaran dan ekonomi syariah. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memperluas wawasan serta menjadi referensi mengenai pengaruh label halal dan harga terhadap minat beli konsumen, khususnya pada produk kosmetik halal. Selain itu, hasil temuan ini juga dapat dijadikan sebagai landasan bagi penelitian selanjutnya yang meneliti perilaku konsumen muslim dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.¹⁶

2. Secara Praktis

- a. SVJ Cosmetic sebagai pertimbangan dalam mengembangkan strategi pemasaran, khususnya dalam penekanan pada label halal dan penetapan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen.
- b. Konsumen, untuk meningkatkan kesadaran pentingnya memilih produk yang telah bersertifikasi halal dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.
- c. Peneliti lain, sebagai referensi atau perbandingan dalam melakukan penelitian sejenis pada konteks yang berbeda.

¹⁶ Cindy Mega Puspita and Agung Budiarmo, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9, no. 3 (2020): 268–75, <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28079>.

D. Kajian Terdahulu

Penelitian-penelitian sebelumnya digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam studi ini. Selain itu, pemaparan penelitian terdahulu juga bertujuan untuk menghindari anggapan adanya kesamaan dengan penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti menyajikan beberapa hasil penelitian sebelumnya dalam kajian pustaka berikut ini:

1. Artikel jurnal yang ditulis oleh Azkia Rahma Pradinda dan Nurfahmiyati (2023) dari Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung dengan judul "Pengaruh Label Halal dan Tingkat Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Pixy" merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif serta menggunakan metode non-probability sampling dalam pengambilan sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal dan tingkat harga berpengaruh terhadap minat beli atau keputusan konsumen dalam memilih produk kosmetik Pixy. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada variabel yang diteliti dan pendekatan kuantitatif yang digunakan. Sementara itu, perbedaan terdapat pada lokasi penelitian, jenis produk yang menjadi objek penelitian, serta jumlah responden yang dilibatkan.¹⁷

¹⁷ Azkia Rahma Pradinda and Nurfahmiyati, "Pengaruh Label Halal Dan Tingkat Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Pixy," *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2023, 101–10.

2. Artikel Jurnal penelitian yang ditulis oleh Aam Mariam dan Nila Nopianti (2022) dari STIE Islam Ar-Risalah Ciamis berjudul “Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik” menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli, dibuktikan dengan F hitung $5,303 > F$ tabel $3,06$ dan signifikansi $0,006 < 0,05$. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada variabel dan metode yang digunakan, sedangkan perbedaannya ada pada lokasi, objek, dan jumlah sampel.¹⁸
3. Artikel jurnal yang ditulis oleh Alfiah dan Nur Rismatul Program Studi Manajemen, STIE Kartanegara Malang (2022) dengan judul “Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mie Samyang di Kecamatan Prigen”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik non-probability sampling dan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Mie Samyang. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel label halal dan harga serta pendekatan kuantitatif yang digunakan. Perbedaannya terletak pada

¹⁸ Mariam and Nopianti, “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa / Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis).”

lokasi penelitian, jenis produk yang diteliti, dan jumlah sampel yang digunakan.¹⁹

4. Skripsi yang ditulis oleh Kartini dari Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Label Halal terhadap Minat Beli Produk Skincare Pria MS Glow di Palangka Raya”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan label halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk skincare pria MS Glow di Palangka Raya. Persamaan penelitian dengan penelitian ini terletak pada pembahasan pengaruh label halal dan harga terhadap minat beli dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, jenis produk yang menjadi objek, dan jumlah sampel yang digunakan.²⁰
5. Artikel jurnal yang ditulis oleh Muhammad Sayyid Candivas dan Syafitri Ismawati dari Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Gombong (2023) dengan judul “Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Minat Beli Produk Ice Cream Mixue”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik purposive

¹⁹ Alfiah Alfiah and Nur Rismatul Muflikha, “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Kecamatan Prigen,” *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 5, no. 1 (2022): 54.

²⁰ Kartini, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Skincare MS Glow Men Di Palangka Raya Skripsi” 9 (2022): 356–63.

sampling. penelitian menunjukkan bahwa label halal dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Ice Cream Mixue, baik secara parsial maupun simultan. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus pembahasan yang menyoroti pengaruh label halal dan harga terhadap minat beli dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya dapat dilihat dari lokasi, objek penelitian, dan jumlah responden yang dilibatkan.²¹

E. Landasan Teori

1. Label Halal

Menurut Widyaningrum, label halal merupakan izin untuk mencantumkan tulisan "halal" berbahasa Arab pada kemasan produk suatu perusahaan. Izin tersebut diberikan setelah produk memperoleh sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), yang direkomendasikan berdasarkan hasil pemeriksaan oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) MUI serta disahkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Oleh karena itu, label halal menunjukkan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kehalalan sesuai dengan ajaran Islam.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1999, Pasal 1 Ayat 3, terdapat empat indikator utama yang

²¹ Muhammad Sayyid Candivas, "Pengaruh Label Halal, Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Ice Cream Mixue," *House of Management and Business (HOMBIS) Journal* 2, no. 2 (2024): 51.

biasanya digunakan untuk menilai kelayakan pencantuman label halal pada suatu produk.²²

- a. Gambar yaitu bentuk atau pola yang dibuat menggunakan alat tulis seperti sketsa atau simbol.
- b. Tulisan yaitu kata-kata atau kalimat yang ditulis agar bisa dibaca oleh konsumen.
- c. Kombinasi Gambar dan Tulisan adalah kombinasi antara gambar dan tulisan yang disatukan dalam satu label.
- d. Menempel Pada Kemasan, yang berarti label atau keterangan melekat pada wadah atau pelindung produk sebagai identitas atau informasi terkait isi produk tersebut.

2. Harga

Menurut Fandy Tjiptono, harga adalah nilai dalam bentuk uang atau ukuran lain yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan kepemilikan atau manfaat dari suatu barang atau jasa. Harga juga menjadi satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang secara langsung menghasilkan pendapatan bagi perusahaan, berbeda dengan elemen lainnya seperti produk, promosi, dan distribusi yang lebih bersifat sebagai penunjang.²³

²² “Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Halal Dan Iklan Pangan” 19, no. 11 (1999): 1649–54.

²³ Puspita and Budiarmo, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang).”

Menurut Kotler dan Amstrong harga dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

- a. Keterjangkauan Harga
- b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
- c. Kesesuaian harga dengan manfaat
- d. Daya saing harga

3. Minat Beli

Minat beli konsumen menggambarkan keinginan dan ketertarikan seseorang untuk membeli suatu produk. Menurut Kotler dan Keller, minat beli adalah bentuk respons dari konsumen terhadap suatu produk yang menunjukkan adanya niat atau keinginan untuk melakukan pembelian. Minat ini mencerminkan kecenderungan seseorang untuk membeli atau melakukan tindakan terkait pembelian, yang dapat diukur melalui seberapa besar kemungkinan konsumen tersebut akan membeli produk tersebut.

Secara umum, minat beli konsumen dapat diukur melalui beberapa indikator yang mencerminkan sejauh mana keinginan dan kesiapan seseorang untuk membeli suatu produk. Adapun indikator-indikator tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Minat Transaksional, yang didefinisikan sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli produk dan didasarkan pada kepercayaan yang tinggi

- b. Minat Referensial, yang didefinisikan sebagai kecenderungan konsumen untuk mereferensikan produk yang sudah di belinya kepada orang lain berdasarkan pengalaman pribadi mereka dengan produk tersebut.
- c. Minat Prefensial yang didefinisikan sebagai perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut.
- d. Minat Eksploratif, yang didefinisikan sebagai perilaku seseorang yang selalu mencari informasi terbaru dari produk yang digunakannya.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan skripsi ini adalah bertujuan untuk menjadikan pembahasan lebih terstruktur, maka penulis Menyusun sistematika pembahasan dalam lima bab yang saling berkaitan dan mendukung satu sama lain, yaitu sebagai berikut:²⁴

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan bagian awal penelitian yang meliputi uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, landasan teori, dan sistematika penulisan.

BAB II : KONSEP TEORITIS & OPERASIONAL VARIABEL

²⁴ Afiqah Luthfatul and Ahmad Afandi, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Penggunaan Label Halal Serta BPOM Terhadap Minat Beli Skincare Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)."

Bab ini berisi mengenai gambaran umum teori dan variabel terkait, hipotesis, dan Operasional variabel ²⁵

BAB II : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang meliputi desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menyajikan pembahasan mengenai hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh label halal dan harga terhadap minat beli konsumen pada produk kosmetik Wardah di Toko SVJ Cosmetic Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang merangkum keseluruhan hasil penelitian, serta menyampaikan saran sebagai bentuk masukan bagi pihak-pihak terkait maupun untuk kepentingan penelitian selanjutnya.²⁶

DAFTAR PUSTAKA

- Adianti, Siti Nurmaya, and Febrima Ayuningrum. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Al-Fatih Global Mulia* 5, no. 1 (2023): 45–56.
- Afiqah Luthfatul, and Ahmad Afandi. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Penggunaan Label Halal Serta BPOM Terhadap Minat Beli Skincare Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2023): 336–47. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(2\).14300](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(2).14300).
- Alfiah, Alfiah, and Nur Rismatul Muflikha. "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Kecamatan Prigen." *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 5, no. 1 (2022): 54.
- Andriani, Yuni. "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia(STUDI KASUS: HPAI DC. Bunda Evy, Kota Bengkulu)," 2020, 100.
- Azkie Rahma Pradinda, and Nurfahmiyati. "Pengaruh Label Halal Dan Tingkat Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Pixy." *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2023, 101–10. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v3i2.2857>.
- Candivas, Muhammad Sayyid. "Pengaruh Label Halal, Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Ice Cream Mixue." *House of Management and Business (HOMBIS) Journal* 2, no. 2 (2024): 51. <https://doi.org/10.26753/hombis.v2i2.1078>.
- Fajriah, Reza Ayu, and Edi Susilo. "Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Pembelian Produk Kosmetik Emina." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5, no. 2 (2024): 4435–44. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Fathurrahman, Ayif, and Martyas Anggesti. "Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus Pada Produk Safi)." *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)* 6, no. 2 (2021): 113–27.
- Ghozali. "Sampel Penelitian." *Repository STIE Indonesia*, 2021, 23–32.
- Hendradewi, Savitri, Amalia Mustika, Anis Darsiah, Sekolah Tinggi, and Pariwisata Trisakti. "Pengaruh Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah Di Jakarta." *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 26, no. 2 (2021): 204–12.
- Ii, B A B. "Faktor Minat Beli Pentingjink Bca," 2018, 16–35.
- Ilmia, Anisa, and Ahmad Hasan Ridwan. "Tafsir Qs. Al-Baqarah Ayat 168 Dan Korelasinya Dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang

- Jaminan Produk Halal.” *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen* 4, no. 2 (2023): 193–202. <https://doi.org/10.15575/jim.v4i2.28724>.
- Izza, Nailul, and Didit Darmawan. “Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Makanan : Literature Review (The Effect of Price on Intention to Buy Food : Literature Review)” 4, no. 1 (2025): 12–23.
- Kartini. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Skincare MS Glow Men Di Palangka Raya Skripsi” 9 (2022): 356–63.
- Kasus, Studi, Kelurahan Sitirejo, I I I Kecamatan, Medan Amplas, Fakultas Ekonomi, Prodi Manajemen, and Universitas Muslim Nusantara Al-washliyah. “PENGARUH DESAIN PRODUK , HARGA DAN LABEL HALAL” 6, no. 3 (2024): 476–84.
- Makassar, Keuangan Nitro. *Buku Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2021.
- Mariam, Aam, and Nila Nopianti. “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa / Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis).” *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 2 (2022): 2627–33.
- Maulidyah, Nurul Hanifah, Fitriani Latief, and Nurhaeda Zaeni. “Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Pada Toko Satu Sama Hertasning Makassar.” *Nobel Management Review* 4, no. 1 (2023): 69–79.
- Muhammad Fahmul Iltiham, and Muhammad Nizar. “Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian.” *Malia (Terakreditasi)* 11, no. 2 (2020): 311–26. <https://doi.org/10.35891/ml.v11i2.2149>.
- Novarintan, Indah. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Oleh Mahasiswa Ekonomi Syariah Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. Skripsi*, 2022.
- Novika, Maisuri. “Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Kosmetik Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Toko Kotty Kosmetik Banda Aceh).” *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 1–14.
- Novrita dewi yanti, Darwanto. “Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal.” *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2021): 1–21.
- “Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Halal Dan Iklan Pangan” 19, no. 11 (1999): 1649–54.

- Prof. Dr. Hotmaulina Sihotang. *Metode Penelitian Kuantitatif*. UKI Press, 2023.
- Puspita, Cindy Mega, and Agung Budiarmo. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9, no. 3 (2020): 268–75. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28079>.
- Rafita, Helsy Zella. “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013- 2016 UIN Raden Intan Lampung).” *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung*, 2017, 108–10.
- Rahayu, Rahayu Lesninghati, Johanis Souisa, Afi Zuhriyah Utomo, Savira Kusuma Wardani, and Vardila Ardani. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras.” *Kajian Ekonomi Dan Bisnis* 18, no. 2 (2023): 108–16. <https://doi.org/10.51277/keb.v18i2.170>.
- Rahman, Abdur, Agus Widarko, and Eka Farida. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Iphone(Studi Pada Mahasiswa Di Kota Malang).” *E - Jurnal Riset Manajemen* 12, no. 1 (2023): 775–84.
- Ritonga, Wier. “Manajemen Pemasaran,” 2022.
- Rodríguez, Velastequí, Maldonado. “Pengaruh Harga Dan Label Halal Terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Herbal Penawar AI- Wahida Indonesia (HPAI),” 2019, 1–23.
- Rofiudin, Mohammad, Moh Shabry, and Nurjahja Juniarsa. “Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya.” *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 19, no. 2 (2022): 2022.
- Rohwiyati. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Solo Raya Tahun 2022).” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Mutiara Madani* 9, no. Desember (2021): 158–69.
- rozalinda. “Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi. (Jakarta: PT. Reality Publisher 2008).” *Raja Grafindo Persada*, 2019, 12–39.
- Rozjiqin, M. Fahrul, and Ahmad Ajib Ridlwan. “Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Starbuck.” *Universitas YARSI* 5, no. 1 (2023): 69–85.
- Sahir, Syafrida Hafni, Atika Ramadhani, Eka Dewi, Setia Tarigan, Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis. “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.” *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 1 (2016): 1–15. www.pom.go.id.

- Saputri, Elfia Vindi, and Heny Sidanti. "Pengaruh Label Halal, Bahan Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Impor Korea (Pada Masyarakat Muslim Kota Madiun)." *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*, no. September (2022).
- Soesana, Abigail, Hani Subakti, Salamun Salamun, Isnada Waris Tasrim, Karwanto Karwanto, Ilham Falani, Danny Philippe Bukidz, and Arsen Nahum Pasaribu. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2023.
- Sri Ernawati, and Iwan Koerniawan. "Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk Umkm Di Kota Bima." *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 1 (2023): 207–15.
- syafrihanif syahir. *Metodologi Penelitian*, 2022.
- Tania, Arrahma Elian, Haris, Ahmad. "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen" IX (2022): 75–84.
- Tsani, Ali Farkhan, Hadi Susilo, Suyamto Suyamto, Usman Setiawan, and Sudanto Sudanto. "Halal and Thayyib Food in Islamic Sharia Perspective." *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues* 1, no. 1 (2021): 97–109. <https://doi.org/10.30653/ijma.202111.34>.
- Wibowo, Moulia Putri Utani khaliza. "Pengaruh Brand Ambassador BTS Terhadap Minat Beli Remaja" 8, no. 1 (2023): 13–23.
- yuli mutiah, Rambbe. "Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim." *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* Vol. 1, No. 427 (2012): 37–45.

²⁵ Ahmad Tania, Arrahma Elian, Haris, "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen" IX (2022): 75–84.

²⁶ Afiqah Luthfatul and Ahmad Afandi, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Penggunaan Label Halal Serta BPOM Terhadap Minat Beli Skincare Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Fakultasgama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)."