

PENGARUH SERTIFIKASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT DI PROVINSI BENGKULU

Uswatun Hasanah, Mila Ratna Sari

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Indonesia

Email: uswatun.hasanah@iainbengkulu.ac.id, milaratnasari672@gmail.com

Abstrak : *The purpose of this study was to determine the effect of Halal Certification on Purchase Decisions for scarlett products in FEBI Students of Islamic Economics Study Program Fatmawati Sukarno Bengkulu State Islamic University. The quantitative research method with data analysis was processed through the SPSS 22 program. The research sample was selected using a purposive sampling technique which obtained 100 respondents. The results showed Halal certification has a positive effect on the decision to purchase scarlett products with a significance value (sig) 0.013 < 0.05 and a t-value of 2.528. In general, the Halal Certification has an influence on purchasing decisions of scarlett products for FEBI Students of Islamic Economics Study Program Fatmawati Sukarno Bengkulu State Islamic University Bengkulu.*

Key Words: *Certification Halal, Decision Purchase, Scarlett Products*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian produk scarlett pada Mahasiswa FEBI Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Metode penelitian kuantitatif dengan analisis data diolah melalui program SPSS 22. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling yang didapat 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sertifikasi Halal berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk scarlett dengan nilai signifikansi (sig) 0,013 < 0,05 dan nilai t hitung 2,528. Secara garis besar Sertifikasi Halal memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk scarlett pada Mahasiswa FEBI Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.*

Kata Kunci: *Sertifikasi Halal, Keputusan Pembelian, Produk Scarlett.*

A. PENDAHULUAN

Dunia saat ini mengalami perkembangan begitu cepat yang menjadikan banyak usaha yang didirikan. Berbagai macam produk tersebar di Indonesia sehingga berpengaruh pada kebiasaan-kebiasaan sikap masyarakatnya. Pada saat ini banyak masyarakat yang mulai tertarik dengan halal food, halal life style, dan lain-lainnya. Kehalalan suatu produk saat ini cukup penting terutama untuk Indonesia, karena Indonesia merupakan negara terbesar dengan pemeluk agama Islam di Asia Tenggara.¹ Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk muslim di Indonesia, studi dalam konteks pengakuan kehalalan terhadap produk halal, khususnya dalam produk kosmetik perlu diperiksa lebih lanjut. Produk halal yang beredar harus diakui sebagai simbol kebersihan, keamanan, dan kualitas tinggi bagi konsumen khususnya konsumen muslim. Di dalam Islam telah ditegaskan bahwa ketika seorang muslim membeli dan memakan sesuatu haruslah halalan *thayyiban* atau sesuatu yang halal dan baik.

¹Badan Pusat Statistik, “Penduduk Menurut Wilayah Dan Agama Yang Dianut”, [Https://Sp2010.Bps.Go.Id/Index.Php/Site/Tabel?Tid=321](https://Sp2010.Bps.Go.Id/Index.Php/Site/Tabel?Tid=321) Diakses Pada September 2023”.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُّوا مِنْ طَيِّبَاتٍ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيمَانُهُ تَعْبُدُونَ

"Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu hanya menyembah kepada-Nya." (QS. Al-Baqarah: 172).²

Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa tertulis Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM), yang menyatakan produk halal dalam bentuk sertifikat dan berlabel halal, selain itu Peraturan Pemerintah dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 33 Tahun 2014 Tentang jaminan Produk Halal, ini semua untuk melindungi konsumen muslim di Indonesia.³ Fenomena sosial yang terjadi dilapangan sangat jauh berbeda dengan apa yang diharapkan oleh MUI dalam mengeluarkan sertifikasi halal, oleh karena itu dengan dikeluarkannya sertifikasi halal oleh MUI, agar dapat memberikan kepastian jaminan halal kepada konsumen dan produk yang akan dipasarkan nantinya sudah teruji dengan baik serta melindungi konsumen dari produk yang mengandung zat berbahaya bagi kesehatan.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang ada, dapat diketahui bahwa kesadaran terhadap produk halal oleh masyarakat semakin meningkat. Hal ini pula mulai bergeser pada produk kosmetik. Oleh karena itu, sertifikasi halal pada produk kosmetik juga harus diperhatikan. kosmetik halal adalah bukan yang dibuat atau terkontaminasi dengan bahan yang haram, namun tidak hanya pada bahan-bahannya saja tapi juga pada cara pengelolaannya. Produk kosmetik lokal yang saat ini bisa dikatakan sedang *trend* dan digunakan mulai dari remaja hingga dewasa yaitu Scarlett, produk yang juga bekerja sama dengan PT. Motto Beringin Abadi, Bogor, Indonesia ini merupakan milik salah satu artis Indonesia bernama Felicya Angelista yang telah didirikan pada tahun 2017, Scarlett sudah teruji oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOMRI).⁴ Terdapat beberapa alasan produk Scarlett dipilih dalam penelitian ini, salah satunya saat ini produk Scarlett semakin banyak digemari masyarakat baik remaja ataupun dewasa. Tidak hanya itu, kualitas yang diberikan Scarlett sudah terbukti dalam hal perawatan kulit serta harga yang ditawarkan pun terjangkau. Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa merek kosmetik yang banyak digemari di Indonesia penjualannya melalui media *e-commerce* yaitu Shopee dan Tokopedia. Produk terlaris yang banyak diminati oleh konsumen dengan hasil penilaian sebesar 18,9%, nomor kedua yang terlaris yaitu produk dari Vitaline laku sebesar 5% dan diurutan ketiga Nivea laku terjual sebesar 2,8%.⁵

Hidup di tengah-tengah teknologi berkembang pesat membuat berbagai macam hal yang lagi *trend* dengan mudah diketahui oleh khalayak ramai. Hal ini juga ikut mempengaruhi perkembangan produk Scarlett di Kota Bengkulu. Scarlett sendiri meskipun belum begitu lama di produksi, namun cukup diminati oleh konsumen. Pembelian produk Scarlett ini dapat

²Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Bandung: Jumanatul 'Ali-Art, 2005), hlm.29.

³Undang- Undang No 33 Tahun 2014 Tentang Penjaminan Produk Halal, hlm.2.

⁴Scarlett Whitening, About Us. Diakses [Https://Scarlettwhitening.Com](https://Scarlettwhitening.Com). Diakses Pada Januari 2022.

⁵Rizaty Monavia Ayu, "Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen Ini Merek Perawatan Tubuh Terlaris Pada Agustus 2021". Diakses [Https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/10/05/Industri-Kosmetiktumbuh-559-Persen-Ini-Merek-Perawatan-Tubuh-Terlaris-Pada-Agus](https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/10/05/Industri-Kosmetiktumbuh-559-Persen-Ini-Merek-Perawatan-Tubuh-Terlaris-Pada-Agus).

dilakukan melalui *online store* dan *offline store*, dengan begitu konsumen lebih dimudahkan untuk mendapatkan produk Scarlett. Akan tetapi, sebagai konsumen juga harus memperhatikan sertifikasi halal produk tersebut sebelum melakukan keputusan pembelian. Kotler & Keller mengemukakan keputusan pembelian merupakan bagian dari Perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.⁶ Menurut Suharno, Keputusan pembelian ialah suatu tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali dengan adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan.⁷ Kegiatan yang dilakukan konsumen pun beragam, mulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga akhirnya keputusan pembelian akan produk yang diinginkan.

Saat ini sertifikasi halal pada produk terus menjadi isu yang menarik perhatian di Kota Bengkulu. Perspektif tentang pentingnya sertifikasi halal ini perlu diimplementasikan setiap konsumen terutama konsumen muslim agar mempunyai sikap selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Selain itu sertifikasi halal juga memberikan keunggulan bersaing bagi produsen, sedangkan manfaat bagi konsumen yang diperoleh dari adanya proses sertifikasi halal sebuah produk adalah konsumen tidak perlu khawatir dan repot-repot mengecek komposisi yang digunakan dalam pembuatan produk yang akan dikonsumsinya tersebut. Tujuan utama dari pentingnya sertifikasi halal ini adalah untuk melindungi konsumen muslim akan kehalalan produk tersebut.

Sebelumnya peneliti telah melakukan observasi awal terhadap Mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah yang berlatar belakang pendidikan di perguruan tinggi keagamaan. Hal-hal yang berkaitan dengan sertifikasi halal sudah sewajarnya diketahui dan diimplementasikan dalam melakukan keputusan pembelian sebuah produk. Mahasiswa dianggap sebagai khalayak yang cukup aktif dan dapat mengakses berbagai hal. Selain itu, dengan bermunculan produk kosmetik juga akan mempengaruhi Mahasiswa dalam melakukan pembelian. Saat ini semakin banyak Mahasiswa yang melakukan pembelian dari produk-produk kosmetik tersebut salah satunya ialah produk Scarlett. Namun, sebagai konsumen muslim tidak lupa juga para Mahasiswa memperhatikan sertifikasi halal atas produk yang akan dikonsumsinya. Dalam hal ini peneliti memutuskan untuk menjadikan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2019 & 2020 sebagai responden dengan alasan bahwa para Mahasiswa ini cenderung lebih banyak pengalamannya di universitas, dari segi penampilan sedikit berbeda (lebih berani) daripada Mahasiswa Angkatan lainnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurrahmi Hayani diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal serta bahan makanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan pada ibu rumah tangga sebesar 33,5%. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fathan Budiman diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal tidak berpengaruh signifikan

⁶Philip & Keller Kotler, "Manajemen Pemasaran," edisi ke-1. (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm.117.

⁷Suharno, "Marketing In Practice," Edisi 1. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm.96.

terhadap keputusan pembelian produk herbal penawar alwahida Indonesia dengan sampel 96 responden.⁸ Pada penelitian ini variabel sertifikasi halal dapat dijadikan sebagai salah satu faktor-faktor dalam melakukan keputusan pembelian. Peneliti menggunakan variabel tersebut, karena terdapat permasalahan di lapangan dengan penelitian sebelumnya yang membahas variabel yang sama namun hasilnya ada perbedaan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji kembali dengan lebih mengspesifikasikan kriteria mahasiswa yang akan menjadi responden dalam penelitian, hal ini dimaksudkan untuk lebih menekankan hasil penelitian sebelumnya.

Isu tentang sertifikasi halal sampai sekarang masih menjadi topik yang menarik untuk dikaji, hal ini sejalan dengan beberapa penelitian yang terkait dengan sertifikasi halal diantaranya yaitu: penelitian oleh Udin Ahidin dkk yang berjudul *Analysis of Decisions for Purchasing Imported Products in Mie Samyang through Halal Labels and Prices (Empirical Study in Indomaret Customers in the City of Bogor)*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui analisis keputusan pembelian produk impor Mie Samyang melalui label halal dan harga (Studi pada pelanggan indomaret di Kota Bogor). Hasil penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif lemah secara parsial tetapi signifikan antara label halal pada keputusan pembelian dan ada pengaruh positif yang cukup kuat dan parisal signifikan antara harga dan keputusan pembelian. Ada pula pengaruh positif dan signifikan antara label halal dan harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai sebesar 27,3%.⁹

Kemudian penelitian oleh Danang Waskito yang berjudul Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta). Hasil dari penelitian ini adalah besarnya *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,288. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal, kesadaran halal, bahan makanan mempengaruhi minat beli sebesar 28,8% dan sisanya sebesar 71,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.¹⁰

Berikutnya penelitian oleh Vivi Rahmawati yang berjudul Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan label halal dapat memperkuat hubungan langsung antara pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian dengan *Adjusted R Square* sebesar 77,6%. Dari penelitian tersebut membuktikan bahwa label halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.¹¹

Konsep halal didefinisikan sebagai sesuatu yang diperbolehkan oleh hukum syariat. Produk yang halal berarti diperbolehkan atau sah oleh hukum syariat dimana harus memenuhi

⁸Nurrahmi Hayani, “Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumah Tangga Muslim Di Pekanbaru,” *Jurnal Ekonomi Islam Al-Amwal*, vol.8 no.1 (2019), hlm. 11.

⁹Ahidin Udin,Dkk, “Analysis Of Decisions For Purchasing Imported Products In Mie Samyang Through Halal Labels And Prices (Empirical Study In Indomaret Customers In The City Of Bogor),” *International Journal Of Innovative Science And Research Technology*, vol.4 no.10 (2019), hlm. 647.

¹⁰Danang Waskito, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Di Yogyakarta)” Skripsi (Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), hlm.12.

¹¹Vivi Rahmawati, “Pengaruh Atribut Produk Dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Semarang” Skripsi (Universitas Dian Nuswantoro, 2017), hlm.6.

beberapa kondisi, yaitu:¹² (1) Bahan-bahan yang digunakan tidak terdiri dari bahan-bahan yang mengandung hewan yang tidak diperbolehkan dalam hukum Islam dan hewan yang disembelih harus sesuai dengan syariat Islam. (2) Produk tidak mengandung bahan-bahan yang najis menurut hukum syariat. (3) Produk terjamin aman dikonsumsi dan tidak berbahaya. (4) Tidak diproduksi menggunakan alat-alat yang terkena najis menurut hukum syariat Islam. Tujuan pelaksanaan sertifikasi halal pada produk pangan, obat-obatan dan kosmetika adalah untuk memberikan kepastian kehalalan suatu produk sehingga dapat menentramkan bathin yang mengkonsumsinya. Sertifikasi halal merupakan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM-MUI) yang menyatakan suatu produk sudah sesuai dengan syariat Islam.

Indonesia adalah Negara yang penduduknya mayoritas beragama Islam. Untuk itu agar penduduk Islam aman dalam mengkonsumsi produk, maka berdirilah lembaga yang bertugas untuk menjamin sebuah produk. Satu-satunya Lembaga di Indonesia yang memberikan Sertifikasi Halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai Lembaga Pemeriksa. Terdapat dalam Pasal 1 butir Keputusan Menteri Agama No. 518 Tahun 2001 tentang Pedoman dan Tata cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal menyebutkan: “*Sertifikasi produk halal adalah fatwa tertulis yang menyatakan kehalalan suatu produk pangan yang dikeluarkan oleh Lembaga Pemeriksa*”¹³

Sertifikat halal ini berupa surat keterangan yang dikeluarkan oleh MUI Pusat atau Provinsi tentang halalnya suatu produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika yang diproduksi oleh perusahaan setelah diteliti dan dinyatakan halal oleh LPPOM-MUI. Pemegang otoritas yang menerbitkan sertifikat halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang kemudian akan ditangani oleh Lembaga Pangan Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Menurut Lucky terdapat beberapa indikator sertifikasi halal diantaranya: (1) Legalitas Lembaga Sertifikasi, yaitu jaminan dimana suatu lembaga telah disahkan oleh Kementerian yang terkait; (2) Keterangan Sertifikasi Halal, yaitu keterangan yang terdapat dalam kemasan suatu produk. Contohnya Logo; (3) Akreditasi Lembaga Sertifikasi, yaitu penentu standar mutu dan penilaian lembaga sertifikasi halal.¹⁴

Tujuan pelaksanaan sertifikasi halal pada produk pangan, obat-obatan dan kosmetika adalah untuk memberikan kepastian kehalalan suatu produk sehingga dapat menentramkan bathin yang mengkonsumsinya. Sertifikasi halal merupakan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM-MUI) yang menyatakan suatu produk sudah sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini dapat digunakan pembuatan label halal. Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) berdiri pada 6 Januari 1989. LPPOM-MUI didirikan atas dasar Keputusan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan SK Nomor: 018/MUI/1989.

¹²Waskito Danang, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal” (Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta), hlm.11.

¹³ Listyoningrum Anggit dan Albari, “Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpajang Sertifikat Halalnya,” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, vol.2 no.1 (2012), hlm. 42.

¹⁴ Lucky Dini Mardiani, “Pengaruh Identitas Muslim, Sertifikat Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen KFC Di Surakarta)” (Skripsi, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019), hlm.17.

Berkenaan dengan proses sertifikasi halal, LPPOM-MUI melangsungkan kerjasama dengan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Lembaga ini berfungsi melindungi konsumen Muslim dalam penggunaan produk-produk makanan, obat-obatan, kosmetik, dan lain-lain.¹⁵

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian *field research*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei.¹⁶ Penelitian dilakukan di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, FEBI Program Studi Ekonomi Syariah Jalan Raden Fatah, Kelurahan Pagar Dewa, Kecamatan Selebar Kota Bengkulu. Populasi pada penelitian ini berfokus pada Mahasiswa FEBI Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2019 dan 2020 yang berjumlah 322 Mahasiswa. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden dimana penarikan sampel menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan pada sampel (0,10). Pengambilan sampel yang dipakai menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Dimana teknik ini digunakan untuk mendapatkan sampel yang mewakili tujuan penelitian yang dilakukan serta memenuhi kriteria dalam memberikan informasi.¹⁷ Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (a.) Konsumen minimal mengetahui *trend* (Scarlett) yang terkait. (b.) Konsumen disini bisa perempuan ataupun laki-laki. (c.) Konsumen telah melakukan pembelian produk scarlett minimal satu kali.

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner sertifikasi halal yang disusun dalam bentuk pernyataan, pengambilan keputusan diukur menggunakan Skala Likert. Data sekunder dalam penelitian ini berupa buku, jurnal, literatur dan media cetak atau media elektronik yang berhubungan dengan variabel yang diteliti. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi ke lapangan dan penyebaran kuesioner terhadap responden yang memenuhi karakteristik dalam penelitian, kemudian studi kepustakaan digunakan sebagai penunjang untuk melengkapi data yang dianalisis.¹⁸ Setelah data diperoleh, selanjutnya data tersebut dianalisis dengan beberapa tahapan yakni, pertama, uji validitas untuk menguji instrument penelitian agar dapat memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Kedua, uji reliabilitas untuk menguji pernyataan yang digunakan dalam kuesioner dapat memberikan jawaban yang konsisten dalam mengukur gejala yang sama. Ketiga, uji analisis regresi linear sederhana dimana digunakan untuk mengetahui hipotesis dalam penelitian. Keempat, uji hipotesis meliputi uji t dan uji koefisien determinasi (r^2).¹⁹

¹⁵LPPOM-MUI, "Sejarah LPPOM MUI", <Https://Halalmui.Org/Mui14/Main/Page/Sejarah-Lppom-Mui>, Diakses Pada 02 Maret 2022.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.13.

¹⁷ Sandu Siyoto & Ali Sodik, "Dasar Metodologi Penelitian," Cetakan 1. (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm.66.

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.138.

¹⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitataif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm.175.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, dan Angkatan

Karakteristik	Frekuensi	Percentase (%)
Perempuan	80	80 (%)
Laki-laki	20	20 (%)
Usia 18 Th	1	1 (%)
Usia 19 Th	2	2 (%)
Usia 20 Th	24	24 (%)
Usia 21 Th	30	30 (%)
Usia 22 Th	35	35 (%)
Usia 23 Th	8	8 (%)
Angkatan 2019	62	62 (%)
Angkatan 2020	38	38 (%)

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di atas dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 80 atau (80%) dari jumlah responden yang diteliti, kemudian untuk responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 20 atau (20%) dari jumlah responden yang diteliti. Dalam hal ini Produk Scarlett bisa juga digunakan untuk laki-laki. Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak melakukan keputusan pembelian produk scarlett adalah berjenis kelamin perempuan. Sedangkan karakteristik responden berdasarkan usia di atas dapat diketahui bahwa responden berusia 18 tahun hanya 1 atau (1%) responden, responden berusia 19 tahun sebanyak 2 atau (2%) responden, responden berusia 20 tahun sebanyak 24 atau (24%) responden, responden berusia 21 tahun sebanyak 30 atau (30%) responden, lalu responden berusia 22 tahun sebanyak 35 atau (35%) responden, dan terakhir responden berusia 23 tahun sebanyak 8 atau (8%) responden. Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang banyak melakukan keputusan pembelian produk scarlett terletak pada responden berusia 22 tahun, sedangkan responden yang melakukan keputusan pembelian produk scarlett terendah terletak pada responden berusia 18 tahun.

Selain itu, karakteristik responden berdasarkan angkatan di atas dapat diketahui bahwa responden yang mengisi kuesioner terbanyak ialah responden angkatan 2019 dengan jumlah 62 atau (62%) responden, sedangkan untuk responden angkatan 2020 yang mengisi kuesioner sebanyak 38 atau (38%) responden. Dalam hal ini baik angkatan 2019 ataupun angkatan 2020 telah menggunakan Produk Scarlett, tidak hanya mengetahuinya saja. Hal ini disebabkan responden dalam penelitian ini telah disesuaikan dengan sampel yang dipilih dan dijadikan dalam penelitian.

2. Analisis Data

a. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Sertifikasi Halal dan Keputusan Pembelian

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Ket
Sertifikasi Halal (X)	Item 1	0,768	0,1966	Valid
	Item 2	0,721	0,1966	Valid
	Item 3	0,781	0,1966	Valid
	Item 4	0,683	0,1966	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Item 1	0,738	0,1966	Valid
	Item 2	0,592	0,1966	Valid
	Item 3	0,744	0,1966	Valid
	Item 4	0,599	0,1966	Valid
	Item 5	0,605	0,1966	Valid
	Item 6	0,691	0,1966	Valid

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Melalui tabel di atas dapat diketahui nilai r hitung semua item pernyataan untuk variabel sertifikasi halal lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Dalam penelitian ini yang menggunakan 100 responden dengan tingkat signifikansi α 0,05 (5%) maka diperoleh r tabel sebesar 0,1966. Hal ini menunjukkan bahwa indikator dari variabel sertifikasi halal dinyatakan **valid** sebagai alat ukur variabel penelitian, sehingga kuesioner dapat digunakan dalam instrumen penelitian. Selain itu, untuk variabel keputusan pembelian lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Dalam penelitian ini yang menggunakan 100 responden dengan tingkat signifikansi α 0,05 (5%) maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,1966. Hal tersebut menunjukkan bahwa indikator dari variabel keputusan pembelian dinyatakan **valid** sebagai alat ukur variabel penelitian, sehingga kuesioner dapat digunakan dalam instrumen penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Sertifikasi Halal	0,714	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,740	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Uji reliabilitas dilakukan pada item pernyataan yang dinyatakan Valid. Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk Sertifikasi Halal sebesar 0,714 dan Keputusan Pembelian sebesar 0,740. Dengan begitu semua variabel pernyataan dalam kuesioner ini memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ artinya semua variabel dapat dikatakan reliabel atau konsisten, sehingga kuesioner dapat digunakan dalam instrumen penelitian.

c. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	4.522	1.930		2.343	.021
Sertifikasi Halal_X	.341	.135	.217	2.528	.013

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Dari tabel 7 hasil analisis regresi linear sederhana di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = a + bx + e$$

$$Y = 4,522 + 0,341$$

Keterangan atas hasil analisis regresi linear sederhana tersebut yakni:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X : Sertifikasi Halal

e : Standar Eror

Dari persamaan analisis regresi linear sederhana di atas, maka diperoleh hasil regresi yang dapat dijelaskan berikut ini: (1) Nilai konstanta (a) dari persamaan regresi linear yaitu sebesar 4,522 yang artinya Keputusan Pembelian terhadap produk scarlett bernilai positif, jika variabel independent tidak ada maka variabel Keputusan Pembelian tidak mengalami perubahan; (2) Nilai koefisien regresi Sertifikasi Halal dari persamaan regresi linear yaitu sebesar 0,341 hal ini menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Artinya setiap kenaikan ataupun penurunan nilai sertifikasi halal sebesar 1 satuan dan nilai dari variabel lainnya tetap (konstan), maka Keputusan Pembelian akan mengalami kenaikan ataupun penurunan sebesar 0,341.

d. Uji Hipotesis

1) Uji Statistik t

Tabel 5. Hasil Uji Statistik t

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	4.522	1.930		2.343	.021
Sertifikasi Halal_X	.341	.135	.217	2.528	.013

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Hasil uji statistik t, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,528 dengan tingkat signifikansi (sig) sebesar 0,013. Karena tingkat signifikansi (sig) sebesar $0,013 < 0,05$ maka dengan demikian Ha diterima, artinya secara individu (parsial) variabel Sertifikasi Halal berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk scarlett. Keterangan tentang halal pada produk yang dijual terutama di Indonesia (termasuk di Bengkulu) mempunyai arti yang sangat penting, hal ini dimaksudkan untuk melindungi konsumen muslim agar dapat terhindar dari mengkonsumsi produk yang tidak halal (haram). Sertifikasi halal di Indonesia sendiri berada di bawah pengawasan (LPPOM-MUI) dimana produknya telah sesuai dengan syariat Islam. Selain itu, keterangan sertifikasi halal berupa logo yang terdapat pada kemasan produk serta akreditasi standar mutu yang ditetapkan dapat lebih menyakinkan konsumen dalam melakukan pembelian produk. Hal tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal mempunyai pengaruh tersendiri terhadap keputusan pembelian.

Hasil yang diperoleh variabel Sertifikasi Halal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Rudika Harminingtyas dengan judul Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Di Semarang, yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,654 dengan tingkat signifikansi (sig) $0,001 < 0,05$. Sehingga variabel sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian.²⁰

Berdasarkan hasil variabel Sertifikasi Halal yang mengacu pada hasil penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa Sertifikasi Halal berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk scarlett pada Mahasiswa FEBI Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Oleh karena itu, produsen diharapkan tetap konsisten dengan terus menjaga legalitas kehalalan produk scarlett melalui sertifikasi halal agar konsumen muslim tidak perlu merasa khawatir jika ingin terus menggunakan produk scarlett kedepannya.

2) Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.543	2.040

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, 2023

Hasil uji analisis regresi diperoleh dari nilai koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,552 atau 55,2%. Hal ini menunjukan bahwa variabel yang digunakan dalam persamaan regresi ini memiliki kontribusi sebesar 55,2% berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk scarlett pada Mahasiswa FEBI Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Kemudian untuk sisanya sebesar 44,8% keputusan pembelian produk scarlett pada Mahasiswa FEBI Prodi

²⁰Rudika Harminingtyas, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Di Semarang," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, vol.8 no.2 (2021), hlm. 109.

Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel sertifikasi halal.

Menurut Kotler & Keller variabel yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk berupa faktor sosial (kelompok referensi) dimana kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seorang konsumen. Kelompok referensi ini meliputi teman bermain.²¹ Kemudian variabel lain yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen yakni kualitas/mutu yang dimiliki oleh produk, serta harga produk yang ditawarkan apakah terjangkau dan rama ditingkatkan Mahasiswa

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian produk scarlett yang telah dijelaskan pada sub-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Sertifikasi Halal berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk scarlett pada Mahasiswa FEBI Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2,528 dan tingkat signifikansi (sig) $0,013 < 0,05$. Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan sertifikasi halal memiliki peran penting dalam menjamin kehalalan produk yang dikonsumsi konsumen muslim, selain itu sertifikasi halal juga memberikan peluang besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 55,2% dilihat dari koefisien determinasinya.

Sertifikasi Halal berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk scarlett, oleh karena itu produsen (pengelola bisnis) harus tetap mempertahankan konsistensi kehalalan produk, supaya konsumen terus percaya dan tidak merasa khawatir dalam menggunakan produk tersebut. Kemudian untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini menggunakan metode lainnya dalam melakukan penelitian, misalnya melalui wawancara secara mendalam kepada responden, sehingga data yang diperoleh dapat lebih beragam daripada kuesioner sebelumnya.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Ahidin, Udin, Dkk. "Analysis Of Decisions For Purchasing Imported Products In Mie Samyang Through Halal Labels And Prices (Empirical Study In Indomaret Customers In The City Of Bogor)." *International Journal Of Innovative Science And Research Technology* 4, no. 10 (2019): 647.
- Anggit, Listyoningrum dan Albari. "Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperajang Sertifikat Halalnya." *Yogyakarta: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 2, no. 1 (2012): 42.
- Ayu, Rizaty Monavia. "Monavia Ayu Rizaty, "Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen Ini Merek Perawatan Tubuh Terlaris Pada Agustus 2021". Diakses <Https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/10/05/Industri-Kosmetiktumbuh-559-Persen-Ini-Merek-Perawatan-Tubuh-Terlaris-Pada-Agus>,"

²¹Philip Kotler & Keller, "Manajemen Pemasar," Edisi 13, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm.184.

2021.

- Danang, Waskito. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal." Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.
- Harminingtyas, Rudika. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Di Semarang." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis* 8, no. 2 (2021): 109.
- Hayani, Nurrahmi. "Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumah Tangga Muslim Di Pekanbaru." *Jurnal Ekonomi Islam Al-Amwal* 8, no. 1 (2019): 11.
- Indonesia, Departemen Agama Republik. *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Bandung: Jumanatul 'Ali-Art, 2005.
- Kotler, Philip & Keller. "Manajemen Pemasaran," Edisi ke-1., 117. Jakarta: Erlangga, 2016.
- LPPOM-MUI, "Sejarah LPPOM MUI", <https://halalmui.org/mui14/main/page/sejarah-lppom-mui>, diakses pada 02 Maret 2022 (n.d.).
- Mardiani, Lucky Dini. "Pengaruh Identitas Muslim, Sertifikat Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen KFC Di Surakarta)." skripsi, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019.
- Philip Kotler, & Keller. "Manajemen Pemasaran," Edisi 13., 184. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Rahmawati, Vivi. "Pengaruh Atribut Produk Dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Semarang." Universitas Dian Nuswantoro, 2017.
- Scarlett Whitening, About Us. Diakses <https://scarlettwhitening.com>. Pada Januari 2022 (n.d.).
- Sodik, Sandu Siyoto & Ali. "Dasar Metodologi Penelitian," Cetakan 1., 66. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Statistik, Badan Pusat. "Penduduk Menurut Wilayah Dan Agama Yang Dianut", Diakses Dari <Https://Sp2010.Bps.Go.Id/Index.Php/Site/Tabel?Tid=321>, Pada September," n.d.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualittataif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Suharno. "Marketing In Practice," Edisi 1., 96. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Undang- Undang No 33 Tahun 2014 Tentang Penjaminan Produk halal (2014).
- Waskito, Danang. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Di Yogyakarta)." Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.