

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
MAKE UP DI PASARWAY HALIM DALAM  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung)**

**Oleh :**

**SELVIYANA  
NPM1651010429**

**Prodi : Ekonomi Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1442 H/2021 M**

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
MAKE UP DI PASARWAY HALIM DALAM  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung)**

**Oleh :**

**SELVIYANA  
NPM 1651010429**

**Prodi: Ekonomi Islam**

**Pembimbing I : Any Eliza, S.E., M.Ak**

**Pembimbing II : Dinda Fali Rifan, S.E., M.Ak**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1442 H/2021 M**

## ABSTRAK

Industri kosmetik di Indonesia pada saat ini sedang berkembang pesat. Kosmetik sendiri merupakan pilihan alternatif yang dapat digunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan sekunder serta untuk mempercantik diri. Dengan beragamnya pilihan produk kosmetik di Indonesia memberikan peluang kepada konsumen untuk mengevaluasi dan memilih produk mana yang dibelinya yang pada akhirnya memicu terjadinya perpindahan merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk *make up* di pasar Way Halim dalam perspektif ekonomi Islam (Studi Pada Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen toko Anas yang telah melakukan transaksi selama 1 tahun terakhir. Sampel yang digunakan adalah 80 konsumen toko Anas dengan menggunakan metode *Insidental Sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Dari hasil analisis yang dilakukan secara parsial membuktikan bahwa labelisasi halal pada produk *make up* memiliki pengaruh yang signifikan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung dan hasil pengujian variabel harga menunjukkan bahwa harga dari setiap produk *make up* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung. Dalam melakukan konsumsi, konsumen diharapkan melakukan sesuai dengan prinsip konsumsi Islam dimana dalam mengkonsumsi barang harus memerhatikan tujuan konsumsi, memerhatikan kaidah ilmiah, dan memerhatikan bentuk konsumsi.

**Kata Kunci:** *Labelisasi halal, harga, keputusan pembelian*

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Selviyana  
NPM : 1651010429  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKE UP DI PASAR WAY HALIM DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA TOKO ANAS KOSMETIK BANDAR LAMPUNG)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun plagiat dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, Maret 2021  
Penulis,

**SELVIYANA**  
**NPM. 1651010429**

**MOTTO**

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ

إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١١٤﴾

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah”. (QS. An-Nahl: 114)

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberi kesehatan baik jasmani maupun rohani, sehingga penulisan skripsi ini dapat penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku Papa Andri Saputra dan Mama Aprili Yanti serta kedua ibu dan bapak sambungku Alm. Papi Diesyanto dan Bunda Nani. Yang selalu memberikan semangat dan selalu memberikan yang terbaik utukku dengan sepenuh jiwa dan raganya. Yang selalu menyangi, mengasihi sepenuh hatinya sehingga penulis bisa menyelesaikan kuliah di Universitas Islam Negeri Raden Intan Bandar Lampung. Terima Kasih atas pengorbanan kalian selama ini, semoga Allah SWT selalu melindungi kalian.
2. Andung Eni, Datuk Heri dan Andung Umi. Yang selalu member dukungan baik materi maupun nasihat kepada cucu nya agar dapat menyelesaikan perkuliahan ini. Terima Kasih andung, datuk semoga kalian sehat selalu.
3. Untuk adik-adikku Nur Hofiyana dan Muhammad Ading Bentara Putra. Yang selalu menyamangatiku dan selalu berdoa agar aku dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih adik-adikku semoga kita selalu sehat dan akur.
4. Untuk Dheka Febrian, seseorang yang sangat membantu proses pengerjaan skripsi ini hingga skripsi ini selesai. Terima kasih selalu mendukung serta membantu baik materi maupun semangat dalam perkuliahan ini. Semoga kamu sehat selalu.
5. Terima kasih kepada kedua Pembimbing Akademikku Bu Any Eliza, S.E, M.Ak dan Bu Dinda Fali Rifan, S.E, M.Ak yang sudah sangat membantu dalam membimbing skripsi ini hingga selesai. Terima kasih bu, semoga kalian sehat selalu.
6. Sahabat-sahabatku, Kenanga Tri Putri, Ochi Oktavia, Melda Septera, Cindy Azizah, Gesca Fentika, M. Deswan, M. Rifat Rivaldi, Nur Hidayatullah, Ninda Hernaini dan Maulidza Aulia. Terima kasih selalu saling membantu dalam perskrpsian ini, selalu saling menyemangati, semoga kita semua bisa sukses bersama.

7. Teman-Teman Ekonomi Syariah F 2016. Terima kasih sudah menjadi bagian berproses perkuliahan ini, yang solid dalam keadaan apapun. Semoga kita semua bisa sukses bersama.
8. Terima kasih untuk Almamaterku tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

## RIWAYAT HIDUP

Selviyana dilahirkan di Bandar Lampung, 11 September 1998. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Andri Saputra dan Ibu Aprili Yanti.

Riwayat pendidikan penulis yang telah diselesaikan adalah sebagai berikut:

1. Dimulai pada tahun 2004 penulis berskolah di TK Taman Siswa Tanjung Karang.
2. Tahun 2005-2010 penulis melanjutkan sekolah di SDN 1 PELITA.
3. Tahun 2011-2013 penulis melanjutkan sekolah di SMPN 16 Bandar Lampung.
4. Tahun 2014-2016 penulis melanjutkan sekolah di SMAN 1 Bandar Lampung.

Pada tahun 2016 penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, petunjuk, kesehatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Make up* di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung)”**. Shalawat serta salam kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang telah menegakkan kalimat tauhid serta membimbing umatnya ke jalan yang penuh cahaya dan semoga kita termasuk kaum yang mendapat syafaatnya di hari akhir kelak, Aamiin.

Skripsi yang ditulis ini adalah bagian dan persyaratan untuk menyelesaikan study pendidikan program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Atas terselesaikannya skripsi ini, tak lupa penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaian skripsi ini, secara rinci penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Madnasir, S.E., M.Si. selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah yang selalu memberikan arahan serta motivasi kepada seluruh mahasiswa/I dalam menyelesaikan skripsi.
3. Ibu Any Eliza, S.E., M.Ak. selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan memberi arahan dalam membimbing serta memberikan motivasi selama proses penulisan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Dinda Fali Rifan, S.E., M.Ak. selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberi arahan dalam membimbing serta memberikan motivasi selama proses penulisan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Kepada seluruh Bapak/Ibu Dosen serta karyawan yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
6. Pimpinan dan Karyawan Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pelayanan yang baik dalam mendapatkan informasi dan sumber referensi, dan lain-lain.

Akhirnya, hasil penulisan skripsi ini akan menjadi sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu-ilmu Ekonomi Islam diabad modern ini. Semoga Allah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, dan berkenan membalas semua kebaikan yang diberikan kepada penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat memberi manfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, 23 Juni 2021

Penulis,

SELVYANA

NPM. 1651010429

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>

### **Bab I Pendahuluan**

A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang .....	2
C. Batasan Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	7
G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	8
H. Sistematika Penulisan .....	11

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Konsumsi Dalam Islam .....	13
1. Prinsip Syariah.....	13
2. Prinsip Kuantitas .....	14
3. Prinsip Prioritas .....	14
4. Prinsip Moralitas .....	14
B. Label Halal .....	14
1. Pengertian Label .....	14
2. Pengertian Halal .....	15
3. Regulasi Label Halal .....	17
4. Proses Labelisasi Halal .....	17
5. Indikator Labelisasi Halal.....	18
C. Harga.....	19
1. Penetapan Harga .....	19
2. Mekanisme Harga.....	19
3. Indikator Harga.....	20
D. Keputusan Pembelian.....	20
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	20
2. Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen.....	21

3.	Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	22
4.	Faktor–Faktor yang Menentukan Keputusan Pembelian ..	22
E.	Ekonomi Islam .....	26
1.	Pengertian Ekonomi Islam.....	26
2.	Dasar Hukum Ekonomi Islam .....	26
F.	Kerangka Berfikir .....	27
G.	Hipotesis.....	28

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A.	Metode Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	31
1.	Jenis Penelitian .....	31
2.	Sifat penelitian.....	31
B.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	32
1.	Populasi .....	32
2.	Sampel .....	32
C.	Definisi Operasional .....	32
1.	Variabel Bebas (Variabel Independent).....	33
2.	Variabel Terikat (Variabel Dependent) .....	33
D.	Sumber Data.....	35
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
1.	Angket (Kuesioner) .....	36
2.	Wawancara .....	36
F.	Instrumen Penelitian .....	37
1.	Uji Validitas.....	37
2.	Uji Reliabilitas .....	38
G.	Metode Analisis Data.....	38
1.	Uji Asumsi Klasik .....	39
a.	Uji Normalitas.....	39
b.	Uji Multikolinearitas .....	39
2.	Uji Regresi Linier Berganda.....	39
3.	Uji Hipotesis.....	40
a.	Uji t .....	40
b.	Uji koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	40

### **BAB IV PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

A.	Gambaran Responden .....	41
1.	Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	41
2.	Responden Berdasarkan Usia .....	41
3.	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
B.	Deskripsi Variabel.....	42
1.	Variabel Labelisasi Halal (X1) .....	42

2.	Variabel Harga (X <sub>2</sub> ) .....	46
3.	Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	49
C.	Hasil Pengujian Data .....	51
1.	Analisis Data .....	51
a.	Uji Validitas .....	51
b.	Uji Reliabilitas .....	52
2.	Uji Asumsi Klasik .....	52
a.	Uji Normalitas .....	52
b.	Uji Multikolinearitas .....	53
3.	Regresi Linier Berganda .....	54
4.	Pengujian Hipotesis .....	55
a.	Uji Regresi Secara Parsial (t-test) .....	55
b.	Koefisien Determinan (R Square) .....	56
D.	Pembahasan .....	57
1.	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian .....	57
2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	59
3.	Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	61

## **BAB V PENUTUP**

A.	Kesimpulan .....	62
B.	Saran .....	62

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Produk Kosmetik Paling Laku di Toko Anas Kosmetik .....	5
2. Operasional Variabe.....	33
3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
4. Responden Berdasarkan Kelompok Usia .....	41
5. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
6. Persepsi Responden Mengerti Arti Gambar Label Halal .....	43
7. Persepsi Responden Memperhatikan Gambar Label Halal Sebelum Melakukan Pembelian Produk Kosmetik .....	43
8. Persepsi Responden Tulisan Label Halal Pada Kemasan Mudah Dipahami .....	44
9. Persepsi Responden Mengetahui Bahwa Gabungan Gambar Dan Tulisan Arab Itu Merupakan Label Halal Resmi MUI.....	44
10. Persepsi Responden Yakin Dengan Adanya Gabungan Gambar Dan Tulisan Arab Pada Produk Kosmetik Proses Pembuatannya Halal .....	45
11. Persepsi Responden Karena Label Halal Terdapat Pada Kemasan Mempermudah Yakin Dengan Mutu Produk .....	46
12. Persepsi Responden Harga Produk Kosmetik Terjangkau.....	46
13. Persepsi Responden Harga Produk Kosmetik Sesuai Manfaat ....	47
14. Persepsi Responden Harga Produk Kosmetik Sesuai Kualitas ....	47
15. Persepsi Responden Harga Produk Kosmetik dapat Dijangkau oleh Semua Konsumen.....	48
16. Persepsi Responden Harga Produk Kosmetik dapat Bersaing dengan Produk Lain .....	48
17. Persepsi Responden Membeli Produk sesuai Keinginan .....	49
18. Persepsi Responden akan Mempertimbangkan Banyak Hal Sebelum Membeli Produk Kosmetik .....	49
19. Persepsi Responden akan Mencari Informasi Lebih Lanjut Sebelum Membeli Produk Kosmetik .....	50
20. Persepsi Responden terhadap Ketidakcocokan Produk Terdahulu Membuat Responden Lebih Berhati-Hati Dan Teliti Dalam Membeli Produk Kosmetik .....	50
21. Hasil Uji Validitas .....	51
22. Hasil Uji Reliabilitas .....	52
23. Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
24. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
25. Hasil Uji Uji Koefisien Determinasi (R square) .....	56

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1 Kerangka Pemikiran .....	27
2 Hasil Uji Normalitas menggunakan metode Grafik P-p plot .....	53

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Penegasan Judul

Agar memudahkan dalam pemahaman skripsi ini dan tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi pembaca, maka perlu adanya uraian terhadap penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terkait dengan tujuan skripsi ini. Dengan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan, disamping itulah langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas.

Penelitian yang akan dilakukan ini berjudul: **“Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Make up* Di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung)”**. Maka dari itu penulis akan menguraikan istilah-istilah yang terkandung dalam judul tersebut.

1. Labelisasi adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya.<sup>1</sup>
2. Halal adalah hal-hal yang boleh dilakukan secara bebas atau tidak terikat oleh hal-hal yang melarangnya.<sup>2</sup>
3. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya hanya mewakili harga.<sup>3</sup>
4. Keputusan Pembelian adalah rasa percaya diri yang kuat pada diri konsumen atau pelanggan yang merupakan keyakinan bahwa keputusan pembelian atas pembelian yang diambilnya adalah benar.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Tengku Putri Lindung Bulan, Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang, Kabupaten Aceh Tammiang, *Jurnal Manajemen dan Keuangan* Vol.5 No.1 (Mei 2016).

<sup>2</sup> Danang Sunyoto “*Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*” (Yogyakarta, CAPS, 2013), h.125.

<sup>3</sup> Danang Sunyoto “*Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*” (Yogyakarta, CAPS,2012), h.131.

<sup>4</sup> Philip Kotler & Gary Armstrong



5. Poduk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu.<sup>5</sup>
6. Kosmetik/*Make up* adalah bahan atau sediaan untuk mempercantik wajah, kulit rambut dan sebagainya.<sup>6</sup>
7. Ekonomi Islam adalah bidang ilmu ekonomi yang syarat akan pinsip-prinsip-prinsip ke-Islaman yang bersumber dari Al-Qur'an dan As Sunnah yang menjadi dasar dari pandangan hidup Islam, yang memuat akan prinsip keadilan, pertanggungjawaban dan juga takaful (jaminan sosial).<sup>7</sup>

Berdasarkan penjelasan judul di atas dapat disimpulkan maksud judul tersebut adalah apakah labelisasi halal dan harga sangat penting untuk pengambilan suatu keputusan konsumen duntuk membeli produk kosmetik di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung dan bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Kehalalan sebagai parameter utama dalam proses pemilihan produk. Ketentuan ini membuat keterbatasan pada produk-produk kosmetik untuk memasuki pasar umat muslim.<sup>8</sup> Sertifikasi halal adalah fatwa MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat islam. Islam mengajarkan kita agar senantiasa untuk mengkonsumsi yang ada di muka bumi ini yang serba halal dan baik, baik makanan, minuman, bahkan selain itu seperti kosmetik, obat-obatan dan lain-lainnya. Kosmetik dapat disebut halal apabila bahan-bahan yang terkandung dalam keduanya harus dari bahan baku pilihan yang sesuai syariat islam dan memiliki sertifikasi halal

---

, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 156.

<sup>5</sup>Departemen Pendidikan Nasional, h. 1103.

<sup>6</sup>*Ibid*, h. 736.

<sup>7</sup> Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam Dan Format Keadilan Ekonomi di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013), h.62-63.

<sup>8</sup>Yuli Mutiah Rambe dan Syaad Afifuddin, *Pengaruh Penentuan Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Muslim*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol.1, No.1, Desember 2012.

dari Majelis Ulama Indonesia.<sup>9</sup>

Dewasa ini kebutuhan wanita akan produk kosmetik dan perawatan kulit semakin meningkat. Tidak jarang, kosmetik menjadi sebuah kebutuhan primer dalam belanja bulanan setiap wanita. Wanita cenderung membelanjakan uangnya lebih banyak untuk penampilan seperti pakaian, kosmetik, alat-alat perawatan kecantikan rambut dan sebagainya.<sup>10</sup> Tujuan utama penggunaan kosmetik pada masyarakat adalah untuk kebersihan pribadi, meningkatkan daya tarik melalui make-up, meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan tenang, melindungi kulit dan rambut dari kerusakan sinar UV polusi dan faktor lingkungan yang lain, mencegah penuaan dan secara umum, membantu seseorang lebih menikmati dan menghargai hidup.<sup>11</sup>

Seperti yang banyak diketahui pula, saat ini banyak pedagang-pedagang curang yang mencampurkan bahan-bahan yang tidak halal bahkan yang tidak baik dikonsumsi. Tetapi demi meraih keuntungan yang besar produk yang tidak halal bahkan tidak layak untuk dikonsumsi tersebut tetap saja diproduksi dan disebarluaskan di masyarakat. Hal ini memicu kekhawatiran sebagai masyarakat khususnya umat muslim untuk mengkonsumsi berbagai barang yang beredar dipasaran saat ini.<sup>12</sup>

Kebutuhan manusia merupakan suatu keadaan akan sebagian dari pemuasan dasar yang dirasakan atau disadari. Kebutuhan adalah suatu keinginan manusia atas barang dan jasa yang dipenuhi demi untuk mempertahankan kelngsungan hidupnya.<sup>13</sup> Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, terlebih untuk tampil menarik dengan menggunakan berbagai varian kosmetik.

---

<sup>9</sup> Premi Wahyu Widyaningrum, *Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo)*. Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol.6 No.2, Desember 2016.

<sup>10</sup> Fenita Mayang Sari, dkk, *Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah*, Jurnal Professional FIS UNIVED Vol. 5 No. 1 (Juni 2018).

<sup>11</sup> Retno Israwi Tranggono dan Fatma Latifah, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), h. 7.

<sup>12</sup> Suni Sulfania, “*Hubungan Daya Tarik dan Minat Beli Masyarakat Muslim Terhadap Pencantuman Label Halal*” Al Amwal, Vol 1 No.2, Februari 2019, h. 101.

<sup>13</sup> Wahab, *Ensiklopedia Kebutuhan Manusia*, (Semarang: Alprin, 2010), h.3.

Terkadang, semangat untuk mempercantik diri dengan kosmetik bagi wanita tidak diikuti dengan pengetahuan yang memadai tentang produk kosmetik.<sup>14</sup>

Konsep kehalalan dikehidupan masyarakat Indonesia sudah diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat. Halal diperuntukkan bagi sesuatu yang baik dan bersih untuk dimakan atau untuk dikonsumsi oleh manusia menurut syariat Islam. Lawan halal adalah haram yaitu tidak dibenarkan atau dilarang menurut ajaran Islam. Allah SWT telah menegaskan dalam Al-Qur'an surat Al Maidah ayat 3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ... ﴿٣﴾

Artinya: “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah”. Dari surat diatas Allah hanya memerintahkan umat manusia hanya mengonsumsi makanan yang halal saja.

Selain label halal persoalan harga juga menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk. Di pasar tradisional banyak sekali yang menjual produk kosmetik dengan harga yang terjangkau. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan perusahaan dapat berpengaruh terhadap permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan yang sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan sesuai dengan pangsa pasar semakin meningkat.<sup>15</sup>

Untuk produk yang telah beredar dapat diterapkan harga di bawah harga pasar apabila kualitas produk kurang memadai, di atas harga pasar apabila kualitas produk lebih baik, pada harga pasar apabila kualitas produk sama tetapi lokasi usaha lebih strategis dan kemampuan promosi lebih baik.<sup>16</sup> Pada intinya apabila harga murah

<sup>14</sup> Dewi Muliawan dan Neti Suriana, *A-Z Tentang Kosmetik*, (Jakarta: PT Alex Media Computindo, 2013), h.12.

<sup>15</sup> Buchari Alma, *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2006) hal. 169.

<sup>16</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi* (Yogyakarta:

maka keingiinan konsumen membelinya lebih banyak dibanding dengan harga mahal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pemilik toko *make up* di Pasar Way Halim yaitu Toko Anas Kosmetik, terdapat beberapa permasalahan antara lain, kosumen yang berkunjung untuk membeli produk *make up* yang dijual di toko tersebut lebih cenderung membeli produk *make up* dengan harga yang relatif murah dibanding dengan produk *make up* yang terdapat label halal dikemasan produk.<sup>17</sup> Beberapa sampel produk kosmetik yang paling laku di Toko Anas Kosmetik dan beberapa tidak berlabel halal namun tinggi permintaanya yaitu :

**Tabel 1**  
**Produk Kosmetik Paling Laku di Toko Anas Kosmetik**

No	Nama Produk
1.	Scarlet serum acne
2.	Wardah
3.	Himalaya neem mask
4.	Kojie San
5.	Cetaphil
6.	Mascara Maybelline
7.	Bioaqua
8.	Eyeshadow Inez
9.	Nature Republik
10.	Pixy
11.	Dr. Pure

*Sumber : Toko Anas Kosmetik 2021*

Berdasarkan tabel di atas, menurut LPPOM MUI beberapa produk kosmetika yang tidak memiliki sertifikasi halal yaitu produk Scarlet acne serum, Himalaya neem mask, Mascara Maybelline,

---

Andi Offset,2016), h. 216-217.

<sup>17</sup> Rio Awaludin, wawancara dengan pemilik toko, Pasar Way Halim, Bandar Lampung,10 Desember 2019.

Bioaqua dan Dr. Pure.<sup>18</sup> Pemilihan toko Anas Kosmetik sebagai objek penelitian ini dikarenakan Toko Anas Kosmetik sudah berdiri sejak lama dan berkembang di banding Toko Kosmetik lainnya yang berada di Pasar Way Halim yaitu pada tahun 1985, karena sudah cukup lama melakukan transaksi jual beli maka pangsa pasar yang dituju pun sudah jelas. Pengunjung yang bertransaksi di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung per hari sekitar 10-20 pengunjung. Dengan pengalaman di bidang bisnis atau perdagangan dan didukung oleh tenaga karyawan yang baik serta selalu menyediakan produk-produk yang terbaru dan juga pelayanan yang baik kepada para pelanggan.

Maka berdasarkan pada uraian tersebut, penelitian ini berjudul **“Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Make up* di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung)”**.

### C. Batasan Masalah

Dari latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Subjek penelitiannya adalah konsumen yang akan bertansaksi di toko *Make up* di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung.
2. Label halal dan harga dalam penelitian ini hanya dibatasi pada produk kosmetik.
3. Objek penelitian ini dilakukan hanya di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung.

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk *make up* di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

---

<sup>18</sup> LPPOM MUI, *Lembaga Pengkajian Pangan Obat Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia*. Artikel ini diakses pada tanggal 4 Juli 2020 dari: <https://www.halalmui.org/mui14/>

- produk *make up* di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung ?
3. Bagaimana perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi islam?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk *make up* oleh konsumen yang akan bertransaksi di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *make up* oleh konsumen yang akan bertransaksi di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi islam.

### **F. Manfaat Penelitian**

#### **1. Secara Toritis**

Pembahasan terhadap beberapa permasalahan sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Dapat memberikan pemahaman bagi pembaca mengenai Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Secara teoritis manfaat penelitian akan membawa perkembangan terhadap ilmu pengetahuan.
- b. Untuk memahami dan mengeksplorasi pandangan Ekonomi Islam terhadap label halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen produk kosmetik di Pasar Tradisional Way Halim Bandar Lampung.

#### **2. Secara Praktis**

##### **a. Bagi Konsumen**

Dapat menambah pengetahuan bagi konsumen tentang pentingnya labelisasi halal dan harga dalam memilih suatu produk yang akan dibeli.

##### **b. Bagi Penjual**

Hasil penelitian ini diharapkan perusahaan terkait dapat mengetahui bagaimana pengaruh lablisasi dan halal terhadap keputusan pembelian produk *make up* di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung.

##### **c. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang masalah labelisasi halal dan harga

terhadap keputusan pembelian produk *make up* di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung.

### G. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini mengacu pada penellitian sebelumnya untuk mempermudah penulisan skripsi ini, agar penulis mendapat gambaran dalam menyusun kerangka piker dengan harapan peneliti dapat menyajikan skripsi yang mudah dipahami dan relevan. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh:

1. Pengaruh perilaku religius terhadap niat pembelian (*Buying Intention*) produk kosmetik berlabel halal di kotaBanda Aceh (Studi pada mahasiswa/i pemakai kosmetik merk wardah di kota Banda Aceh oleh Eko Bambang Prayetno, Nurchalil jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Vol 3, Nomor 3, Tahun 2018. Hasil penelitiannya mengemukakan bahwa secara niat pembelian konsumen terhadap produk kosmetik berlabel halal tergolong baik karena sebagian besar dari responden yang terdata menjawab setuju untuk pertanyaan tentang niat pembelian produk kosmetik berlebel halal di kotaBanda Aceh. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variable *independent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk.<sup>19</sup>
2. Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah oleh Fenita Mayang Sari, Andy Makhrian, Khairil dan Buldani Jurnal Professional FIS UNIVED Vol. 5 Nomor 1, Tahun 2018. Hasil penelitiannya mengemukakan bahwa pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik wardah terdapatpengaruh yang kecil yakni sebesar 17,905%. Sisanya 82,095% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.<sup>20</sup>
3. Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim oleh Shilachul Alfinul Alim, M Kholid Mawardi dan Aniesa Samira Bafadhal jurnal Administrasi Bisnis Vol. 62, Nomor 1 September 2018. Hasil penelitiannya mengemukakan bahwa persepsi label halal

---

<sup>19</sup> Eko Bambang Prayetno dan Nurchalil, *Pengaruh Perilaku Religius Terhadap Niat Pembelian (BUYING INTENTION) Produk Kosmetik Berlabel Halal Di Kota Banda Aceh (Studi Pada Mahasiswa/I Pemakai Kosmetik Merk Wardah Di Kota Banda Aceh*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Vol. 3, No. 3, Agustus.

<sup>20</sup> Fenita Mayang Sari,dkk, *Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah*, Jurnal Professional FIS UNIVED Vol. 5 Nomor 1, 2018.

- berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai probabilitas yang lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,005.<sup>21</sup>
4. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Oleh Davin Joshua Dan Metta Padmalia, Jurnal *Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, Volume 5, Nomor 1, Maret 2016. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk dan harga memiliki kontribusi yang signifikan dalam menentukan keputusan pembelian Terang Bulan Martabak 93.<sup>22</sup>
  5. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalah Madura oleh Ummu Habibah dan Sumiati, Jurnal *Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1, Maret 2016. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa, variabel-variabel independen (kualitas produk dan harga) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.<sup>23</sup>
  6. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Yang Mengambil Kuliah di Kampus Depok oleh Putri Ayuniah, Jurnal *Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 22, No. 3, Desember 2017. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa, semua variabel secara simulta berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>24</sup>
  7. Mekanisme Pasar Dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam oleh Euis Amalia, Jurnal *Al-Iqtishad*, Vol.5, No.1, Januari 2013. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa menurut pandangan ekonomi islam mekanisme pasar dan penetapan harga perlu diatur untuk menegakkan keseimbangan

---

<sup>21</sup> Shilachul Alfinul Ali, dkk, *Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim*, Jurnal *Administrasi Bisnis*, Vol. 62, Nomor 1 September 2018.

<sup>22</sup> Davin Joshua Dan Metta Padmalia, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, Jurnal *Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, Vol 5, Nomor 1, Maret 2016.

<sup>23</sup> Ummu Habibah dan Sumiati, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalah Madura*, Jurnal *Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1, Maret 2016.

<sup>24</sup> Putri Ayuniah, *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Yang Mengambil Kuliah di Kampus Depok)*, Jurnal *Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 22, No. 3, Desember 2017.



pasar dan keadilan ekonomi dengan mempertimbangkan kepentingan para pihak yang terlibat di pasar.<sup>25</sup>

8. Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan) oleh Muhammad Ridwan, Isnaini Harahap dan Pangeran Harahap, *Jurnal j-EBIS*, Vol 3, No. 2, Juni 2018. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa, variabel keputusan pembelian secara parsial berhubungan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Medan. Dalam melakukan keputusan pembelian konsumen lebih mendominasi oleh dorongan pemenuhan rasa kepuasan untuk membeli dan menghiraukan konsep kebutuhan dalam perspektif islam.<sup>26</sup>
9. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan oleh Dwi Edi Wibowo dan Benny Mandusari, *Indonesian Journal of Halal*, Vol. 1, No.1, Oktober 2018. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa, label halal yang terdapat pada kemasan produk makanan mempunyai hubungan dan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan. Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen khususnya masyarakat muslim untuk menggunakan produk tersebut.<sup>27</sup>

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu terkait labelisasi halal, harga dan keputusan pembelian maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai “Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make up di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung)”. Dimana kuesioner akan dibagikan kepada para pelanggan Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung. Pada penelitian ini penulis juga akan meneliti mengenai kesadaran para konsumen dalam memutuskan membeli suatu

---

<sup>25</sup> Euis Amalia, *Mekanisme Pasar Dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam oleh*, *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol.5, No.1, Januari 2013.

<sup>26</sup> Muhammad Ridwan dan Pangeran Harahap, *Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan)*, *Jurnal j-EBIS*, Vol 3, No. 2, Juni 2018.

<sup>27</sup> Dwi Edi Wibowo dan Benny Mandusari, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan*, *Indonesian Journal Of Halal*, Vol. 1, No.1, Oktober 2018.

produk kosmetik apakah sudah sesuai dengan syariat ekonomi Islam.

## **H. Sistematika Penulisan**

Agar mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini secara keseluruhan, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan skripsi. Berikut penyajian laporan skripsi ini menggunakan sistematika penulisan sebagai:

### **1. Bagian Awal Skripsi**

Bagian awal memuat halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan dosen pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto dan persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, arti lambang dan singkatan dan abstraksi.

### **2. Bagian Utama Skripsi**

Bagian Utama terbagi atas bab dan sub bab yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini terdiri dari :

- A. Penegasan Judul
- B. Latar Belakang
- C. Batasan Masalah
- D. Rumusan Masalah
- E. Tujuan Penelitian
- F. Manfaat Penelitian
- G. Kajian Penelitian Terdahulu

#### **BAB II Landasan Teori dan Pengajuan Hipotesis**

Bab ini berisi Landasan teori yang berisi tentang:

- A. Konsumsi Dalam Islam
- B. Label Halal
- C. Harga
- D. Keputusan Pembelian
- E. Ekonomi Islam
- F. Kerangka Berfikir
- G. Hipotesis

#### **BAB III Metode Penelitian**

Dalam bab ini penulis mengemukakan tentang metode penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam pengembangan sistem informasi. Agar sistematis, bab metode penelitian meliputi:

- A. Metode Pendekatan dan Jenis Penelitian
- B. Populasi dan Sampel Penelitian
- C. Definisi Operasional
- D. Sumber Data
- E. Teknik Pengumpulan Data
- F. Instrumen Penelitian
- G. Metode Analisis Data

#### BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini terdiri dari gambaran hasil penelitian dan Pembahasan penelitian kuantitatif dan statistik. Agar tersusun dengan baik diklasifikasikan ke dalam:

- A. Gambaran Responden
- B. Deskripsi Variabel
- C. Hasil Pengujian Data
- D. Pembahasan

#### BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat dikemukakan masalah yang ada pada penelitian serta hasil dari penyelesaian penelitian yang bersifat analisis obyektif. Sedangkan saran berisi mencantumkan jalan keluar untuk mengatasi masalah dan kelemahan yang ada. Saran ini tidak lepas ditujukan untuk ruang lingkup penelitian.

3. Bagian Akhir Skripsi Bagian akhir dari skripsi ini berisi tentang daftar pustaka dan daftar lampiran.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan maka dinyatakan bahwa variabel labelisasi halal yang terdapat pada kemasan produk *make up* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *make up* di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung yang artinya H1 dinyatakan diterima. Hal ini membuktikan bahwa labelisasi halal pada produk *make up* mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung.
2. Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan maka dinyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *make up* di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung yang artinya H2 dinyatakan diterima. Hal ini membuktikan bahwa harga dari setiap produk *make up* mampu untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung.
3. Berdasarkan hasil penelitian perilaku mayoritas konsumen ketika melakukan konsumsi sudah sesuai dengan prinsip konsumsi Islam, hal ini dapat dilihat bahwa pada saat konsumen memilih barang yang akan dikonsumsinya merupakan barang yang halal, hal ini sesuai dengan prinsip konsumsi Islam dimana dalam mengkonsumsi barang harus memerhatikan tujuan konsumsi, memerhatikan kaidah ilmiah, dan memerhatikan bentuk konsumsi.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang bisa diberikan oleh penulis, yaitu:

1. Bagi penjual disarankan untuk lebih memperhatikan produk yang akan dijual, selain memperhatikan apakah produk tersebut BPOM, penjual juga harus memperhatikan labelisasi halal pada

setiap produk dan tidak hanya mempertimbangkan soal harga saja.

2. Bagi konsumen khususnya di Toko Anas Kosmetik Bandar Lampung, sebaiknya lebih teliti dan mencari informasi terlebih dahulu mengenai label halal/kehalalan suatu produk kosmetik yang akan digunakan sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk kosmetik tersebut.
3. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya menambahkan variabel-variabel lain diluar penelitian ini yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk, digital marketing dan kesadaran halal. Dan diharapkan juga untuk memperluas luas cakupan wilayah agar dapat mewakili keadaan sesungguhnya. Serta indikator penelitian lebih banyak dan bervariasi dan disesuaikan dengan situasi objek penelitian.