

PENGARUH LABELISASI HALAL, *HEALTH AWARENESS*, PENGETAHUAN *CRUEALTY FREE* DAN *NO ANIMAL TESTING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* DALAM PERSPEKTIF ISLAM

(Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-SyaratGuna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

Rizki Hidayat

NPM : 1851040243

Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah

Pembimbing I : Vitria Susanti, M.A., M.Ec.Dev.

Pembimbing II : Suhendar, S.E., Ak.M.S.AK.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**

LAMPUNG

1444 H/2023 M

ABSTRAK

Sejalan dengan pengkonsumsian produk kecantikan tidak terlepas dari bahan-bahan yang digunakan dalam proses pembuatan produk kecantikan tersebut yang dalam proses uji coba banyak menggunakan hewan untuk dijadikan sampel bahan percobaan. Ini menarik untuk peneliti angkat ialah karena konten yang berisi informasi yang masih jarang dibahas diIndonesia adalah berbagai pengetahuan serta pemahaman mengenai *animal cruelty-free* terutama dalam produk kosmetik di Indonesia.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dan jumlah sampel yang ada adalah 100 orang mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Penelitian ini menggunakan SPSS untuk menguji valid atau tidaknya kuisisioner tersebut.

Hasil data yang diperoleh dari 100 orang mahasiswa UIN Raden Intan Lampung bahwa variabel labelisasi halal, *Health Awareness*, variabel *Cruelty Free* dan *No Animal Testing* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk *skincare*. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak adanya hubungan antara ketiga variable tersebut terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* (Y). Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa proporsi pengaruh variabel labelisasi halal (X_1), *health awareness* (X_2), *cruelty free* dan *no animal testing* (X_3) sebesar 6%, sedangkan sisanya 94,% dipengaruhi oleh variabel lain diluar yang diteliti dalam penelitian ini. Produk halal, produk *health awareness*, *cruelty free* dan *no animal testing* adalah kosmetik dan produk *skincare* yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya serta dilarang untuk dikonsumsi umat

Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syariat Islam serta memberikan manfaat yang lebih daripada *mudharat* (efek).

Kata Kunci: Labelisasi Halal, *Health Awarreness*, *Cruelty Free*, *No Animal Testing*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

In line with the consumption of beauty products, it is inseparable from the ingredients used in the process of making these beauty products, which in the trial process use many animals to be used as samples of experimental materials. This is interesting for adoptive researchers because the content that contains information that is still rarely discussed in Indonesia is a variety of knowledge and understanding about animal cruelty-free, especially in cosmetic products in Indonesia.

The method used is quantitative, namely research used to examine a particular population or sample, data analysis is quantitative or statistical, with the aim of testing the established hypothesis. In this study, secondary data. The population in this study were students of UIN Raden Intan Lampung and the number of samples was 100 students of UIN Raden Intan Lampung. Data collection techniques using questionnaires are data collection techniques carried out by giving a set of questions or written statements to respondents. This study uses SPSS to test whether the questionnaire is valid or not.

The results of the data obtained from 100 students of UIN Raden Intan Lampung that the halal labeling variable, Health Awareness, Cruelty Free and No Animal Testing variables have no significant effect on the variable purchasing decisions of skincare products. Then H_0 is accepted and H_a is rejected, meaning that there is no relationship between the three variables on the Skincare Product Purchase Decision (Y). The results of the coefficient of determination test show that the proportion of the influence of the halal labeling variable (X1), health awareness (X2), cruelty free and no animal testing (X3) is 6%, while the remaining 94.% is influenced by other variables outside those studied in this study. Halal products, health awareness products, cruelty free and no animal testing are cosmetics and skincare products that do not contain haram elements or goods in the manufacturing process and are prohibited for consumption by Muslims, both related to raw materials, additives, other auxiliary

materials, including production materials that are processed through genetic engineering and irradiation processes, the processing of which is carried out in accordance with Islamic law and provides more benefits than harm (effect).

Keywords: Halal Labeling, Health Awareness, Cruelty Free, No Animal Testing, Purchase Decision



SURAT PERNYATAAN

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Hidayat
NPM : 1851040243
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH LABELISASI HALAL, *HEALTH AWARENESS*, PENGETAHUAN *CRUEALTY FREE* DAN *NO ANIMAL TESTING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran 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.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 24 Oktober 2022

Penulis,



Rizki Hidayat

1851040243



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH**

Alamat: Jl. Let. Kol. H. Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi

**: PENGARUH LABELISASI HALAL,
HEALTH AWARENESS, PENGETAHUAN
CRUEALTY FREE DAN NO ANIMAL
TESTING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Pada
Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)**

Nama

: Rizki Hidayat

NPM

: 1851040243

Jurusan

: Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

**Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden
Intan Lampung**

Pembimbing I

Vitria Susanti, M.A., M.Ec.Dev.

NIP. 197809182005012005

Pembimbing II

Suhendar, S.E., Ak.M.S.AK.

NIP. 197504242002121001

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syari'ah

Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E.

NIP. 197905142003121003



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl.Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung, 35131



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Labelisasi Halal, Health Awareness, Pengetahuan Cruelty Free Dan No Animal Testing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung)”** disusun oleh Rizki Hidayat, NPM: 1851040243, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Kamis, 15 Desember 2022.

Tim Penguji

- Ketua : A. Zuliansyah, M.M**
Sekretaris : Raizky R Pramasha, S.E., M.E
Penguji I : Dimas Pratomo, M.E
Penguji II : Vitria Susanti, MA., M.Ec.Dev
Penguji III : Suhendar S.E., M.S.Ak.Akt.

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt. CA

NIP. 197009262008011008

MOTTO

وَلِكُلِّ دَرَجَاتٌ مِّمَّا عَمِلُوا ۖ وَلِيُوَفِّيَهُمْ أَعْمَالَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

“Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan”.

(Q.S. Al-Ahqaf: 19).



PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT Tuhan Yang Maha Penyayang, dengan cinta kasih Penulis persembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, serta kelancaran untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ayah dan Ibu tercinta, Dammir dan Roaida, berkat doa restu dari mereka penulis dapat menempuh dan menyelesaikan pendidikan dibangku kuliah. Terimakasih kepada kalian yang sudah berjuang sekuat tenaga demi untuk pendidikan anak yang kalian sayangi.
3. Seluruh keluarga besar yang selalu mendukung dan memberikan semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.



RIWAYAT HIDUP

Rizki Hidayat, lahir pada tanggal 27 November 1999 di Pelita Sari Biha. Anak dari pasangan Bapak Dammir dan Ibu Roaidayang beralamat di Ulok Manik Kecamatan Pesisir Selatan Kabupaten Pesisir Barat. Penulis mulai menempuh pendidikan dasar di SDN 2 Biha pada tahun 2006 dan melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMPN 2 Biha pada tahun 2012. Pendidikan menengah atas ditempuh penulis di SMKN Pesisir Barat pada tahun 2017. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Manajemen Bisnis Syariah.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas berkat, nikmat dan karunia-Nya yang telah memberikan penjelasan serta penerangan kepada hambanya yang tidak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir pendididkan Strata Satu (S1) dalam rangka menyelesaikan skripsi guna mendapatkan gelar sarjana yang penulis beri judul **“PENGARUH LABELISASI HALAL, *HEALTH AWARENESS*, PENGETAHUAN *CRUEALTY FREE* DAN *NO ANIMAL TESTING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)”**. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW beserta para keluarganya, Sahabat-sahabatnya, yang Insyallah mendapat syafaat di hari akhir, aamiin.

Penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini menyadari banyak dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, dengan demikian tanpa mengurangi rasa hormat maka penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Wan Jamaluddin, M.Ag., Ph.D. selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung.
2. Dr Prof. Dr. Tulus Suryanto, MM., Akt., C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E. selaku ketua jurusan Manajemen Bisnis Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
4. Vitria Susanti, M.A., M.Ec.Dev._selaku pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing dan mengkoreksi penulisan skripsi sehingga penulisan skripsi ini selesai.
5. Suhendar, S.E., Ak.M.S.AK._selaku pembimbing II yang sabar membimbing dan memberikan motivasi serta arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Kepada segenap keluarga sivitas akademika, dosen, dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

7. Bapak dan Ibu Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan Perpustakaan Pusat UIN Raden Intan Lampung dengan penuh kesabaran dan izinnya untuk proses peminjaman buku demi terselesainya skripsi ini.
8. Teman seperjuangan semasa kuliah yaitu Doli Saputra, Beno, Faisal Ahmadi, Andi Prayoga, dan Didik Kurniawan yang selalu mendorong serta memberi semangat dalam mengerjakan skripsi.
9. Almamater Tercinta UIN Raden Intan Lampung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, hal itu tidak lain karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan waktu yang dimiliki. Akhirnya dengan keyakinan niat tulus ikhlas dan kerendahan hati semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca atau peneliti berikutnya untuk pertimbangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu syari'ah.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iv
PERNYATAAN	vi
PERSETUJUAN	vii
PENGESAHAN	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang.....	3
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Signifikansi Penelitian	9
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	10
H. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. KajianTeori.....	17
1. Teori Pemasaran	17
2. Teori Perilaku Konsumen	18
3. Labelisasi Hala	20
4. <i>Health Awareness</i>	23
5. <i>Cruelty Free</i> dan <i>No Animal Testing</i>	25
6. Keputusan Pembelian	28
B. Kerangka Pemikiran.....	32
C. Hipotesis	33

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian Dan Sifat Penelitian 39
B. Data dan Sumber Data 39
C. Populasi Dan Sampel..... 40
D. Definisi Operasional Variabe..... 41
E. Instrumen Penelitian 46
F.. Metode Analisis Data 46

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Analisis Deskriptif..... 53
B. Hasil Penelitian..... 58
C. Pembahasan 69

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan..... 77
B. Saran..... 78

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel Penelitian.....	43
Tabel 3.2 Kriteria Koefisien Relasi.....	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X1 Labelisasi Halal.....	54
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X2 <i>Health Awarreness</i>	55
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X3 Pengetahuan <i>Cruelty Free</i> dan <i>No Animal Testin</i>	56
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Labelisasi Halal.....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Health Awarreness</i>	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Cruelty Free</i> dan <i>No Animal Teesting</i>	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	66
Tabel 4.14 Hasil Uji F Simultan.....	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model 5 Tahap Proses Membeli (Kotler 2013)...	30
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	66



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal guna memahami skripsi ini, maka selaku penulis merasa perlu adanya penjelasan lebih mengenai arti dan maksud terhadap beberapa kata dari kalimat yang menjadi judul pada skripsi ini. Berdasarkan penegasan judul yang nantinya yang dibahas, diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman atau kekeliruan terhadap pemaknaan judul dari beberapa kata serta istilah yang digunakan. Adapun judul skripsi yang dimaksud adalah **“PENGARUH LABELISASI HALAL, HEALTH AWARENESS, PENGETAHUAN CRUEALTY FREE DAN NO ANIMAL TESTING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)”** untuk menghindari kesalahpahaman terhadap judul skripsi ini, maka perlu kiranya dijelaskan beberapa arti kata atau istilah, antara lain:

1. **Pengaruh** menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu daya yang ada atau timbul dari sesuatu baik orang maupun benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹ Atau dapat diartikan juga, pengaruh adalah daya yang dapat menyebabkan serta membentuk atau mengubah sesuatu yang lain ke dalam bentuk sesuai dengan suatu yang mempengaruhi dan dipengaruhi. Singkatnya adalah hubungan sebab akibat antara hal yang mempengaruhi dan dipengaruhi dimana ada hubungan timbal balik di dalamnya.
2. **Labelisasi Halal** adalah pencantuman tulisan, gambar, atau kombinasi dari keduanya yang menunjukkan pernyataan halal

¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 104.

yang terdapat pada kemasan produk bahwa produk tersebut merupakan produk yang halal untuk dikonsumsi atau digunakan.²

3. **Health Awareness** adalah suatu kepedulian dan perhatian untuk menjadi lebih baik dan termotivasi untuk menjaga dan mempertahankan kesehatan dan meningkatkan kualitas hidup dengan cara menerapkan pola hidup sehat.³
4. **Cruelty Free** adalah label pada produk kosmetik yang menunjukkan bahwa produk tersebut tidak melalui proses pengujian pada hewan baik dari segi bahan (komponen) maupun produk akhir (produk jadi. Produk dianggap *cruelty free* tidak hanya karena produsen tidak melakukan pengujian pada hewan tetapi berarti bahwa produk tersebut harus benar-benar tanpa pengujian pada hewan sejak dari penyedia bahan bakunya untuk saat ini hingga masa yang akan datang. Selain itu, *cruelty free* juga berarti tidak melibatkan produk hewani yang dapat menyebabkan perburuan hewan atau bahkan menyebabkan kepunahan.⁴
5. **No Animal Testing** adalah label pada suatu produk yang berarti produk tersebut tidak menjadikan hewan jenis apapun sebagai subyek uji coba.⁵
6. **Keputusan Pembelian** merupakan pengambilan keputusan oleh konsumen dengan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya terkait keinginannya untuk membeli suatu barang atau produk tertentu.⁶

²*Ibid*, 156.

³Josep P. Cannon, *Pemasaran Dasar Edisi 16*. Penerjemah Afia R. Fitriani dan Ria Cahyani (Jakarta: Salemba, 2009), 12.

⁴Philip Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran* (Indonesia: Indeks, 2007), 5.

⁵Josep P. Cannon, *Pemasaran Dasar*....,13.

⁶Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Pranada Media, 2003), 415.

7. Produk Skincare adalah setiap bahan atau sediaan yang dimaksudkan yang digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar lainnya) atau gigi dan mukosa mulut untuk membersihkan, mengubah penampilan, melindungi dan memelihara tubuh pada kondisi baik.⁷

Berdasarkan penjelasan istilah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa maksud dari judul penelitian ini adalah kajian penelitian yang membahas mengenai adanya pengaruh labelisasi halal, *health awareness*, pengetahuan *cruelty free* dan *animal testing* pada keputusan pembelian suatu produk kecantikan atau kosmetik yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Raden Intan Lampung yang kemudian ditinjau berdasarkan pandangan ekonomi Islam.

B. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia merupakan suatu keadaan akan sebagian dari pemuasan dasar yang dirasakan atau disadari. Salah satunya yakni kebutuhan akan adanya produk kecantikan yang tidak bisa lepas dari sisi manusia baik pria maupun wanita, yang membedakan ialah adanya perbedaan keadaan dan kodrat manusia yang menjadikan setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda.⁸

Dalam pemakaian produk tersebut, perlu dilihat label-label yang terdapat di kemasan produk tersebut, salah satunya yakni tidak atau adanya logo/labelisasi halal. Dalam Islam, umat muslim diwajibkan untuk mengkonsumsi hal yang halal, karena setiap yang kita konsumsi akan mendarah daging dalam tubuh. Kehalalan adalah parameter utama dalam proses pemilihan produk termasuk kecantikan. Oleh karena itu, kosmetik halal menjadi jawaban bagi para muslim dan muslimah ketika

⁷Peraturan Kepala BPOM RI No.HK.00.05.42.1018 tahun 2008.

⁸Ristiyanti Prasetjo dan John J.O.I, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: ANDI, 2004), 10.

mengonsumsi suatu barang.

Konsep halal dalam kehidupan masyarakat Indonesia telah banyak dikernal dan diterapkan khususnya umat Islam. Halal tersebut dipergunakan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih yang untuk dimakann ataupun di konsumsi oleh mausia menurut syariah. Dan konsumen Islam cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang. Hal ini pun sejalan dengan hasil pra survei yang telah peneliti lakukan, yakni dari 100 responden menyatakan hasil bahwa 85,3% ketika berbelanja produk kecantikan halal yang pertama kali dilihat selain merek ialah ada atau tidaknya label halal. dan sebanyak 79,4 % akan tidak jadi membeli produk jika pada produk tersebut tidak tercantumnya logo halal. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasbun & Ruswanty tahun 2019 bahwa pengaruh logo halal berpegaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta hasil penelitian dari Sadzalia tahun 2021 menyatakan bahwa logo halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di kota Malang.

Adanya kesadaran kesehatan yang tumbuh di masyarakat juga penting adanya. Karena kesadran kesehatan juga merupakan suatu kepedulian dan perhatian untuk menjadi lebih baik dan membuat masyarakat termotivasi untuk meningkatkan dan mempertahankan kesehatan dan meningkatkan kualitas hidup degan cara menerapkan pola hidup sehat. Salah satunya yaitu dengan memilih dan memilah bahan bahan yang ada di suatu produk.

Sejalan dengan pengkonsumsian produk kecantikan tidak terlepas dari bahan-bahan yang digunakan dalam proses pembuatan produk kecantikan tersebut yang dalam proses uji coba banyak menggunakan hewan untuk dijadikan sampel bahan percobaan. Ini menarik untuk peneliti angkat ialah karena konten yang berisi informasi yang masih jarang dibahas diIndonesi aadalah berbagai pengetahuan serta pemahaman mengenai animal

cruelty-free terutama dalam produk kosmetik di Indonesia.⁹ Istilah *cruelty-free* sangat menarik untuk dibahas mengingat banyaknya hewan yang dikorbankan dalam industri kecantikan merupakan hal yang menjadi perhatian dalam komunitas masyarakat pecinta hewan.

Animal Cruelty didefinisikan oleh The California Penal Code adalah mencederai hewan yang disengaja, mutilasi, penyiksaan atau melukai hewan hidup, atau menyatakan bahwa siapapun yang melampaui batas dalam menyiksa, menganiaya, tidak member makan minum dan tempat tinggal, memukul dengan kejam, memutilasi, atau dengan sengaja membunuh hewan adalah sebuah kelakuan yang buruk dan kejahatan besar. Sedangkan *cruelty Free* yang ditulis dari artikel *Beauty Journal* ialah sebuah produk dikatakan *cruelty free* jika sepanjang proses produksinya tidak melakukan uji coba sama sekali terhadap hewan, baik produksi akhirnya maupun bahan-bahannya. Diperkirakan bahwa 192,1 juta hewan digunakan untuk tujuan ilmiah di seluruh dunia pada tahun 2015.¹⁰

Penulis melakukan wawancara dengan beberapa orang mahasiswi UIN Raden Intan Lampung tentang faktor yang mempengaruhi ketertarikan untuk membeli produk kosmetik, dari wawancara tersebut mereka menyatakan tertarik membeli kosmetik dikarenakan selain merupakan kebutuhan dasar kesehatan dan kecantikan yang tetap harus tersedia dirumah. juga alasan halal digunakan pada produk-produk halal yang diwakili dengan label halal pada kemasannya. pilihan yang biasa dilakukan mahasiswi dalam menggunakan produk baik dari jenis sabun, pelembab, bedak, handbody, lipstick, parfum, maskara, eye shadow, eye liner, dan lain sebagainya.¹¹

Berdasarkan survey awal yang penulis lakukan terhadap

⁹*Ibid.*

¹⁰Mufti Anam dan Wardah Nafisah, *Skincare 101: Panduan Lengkap Untuk Kulit Sehat dan Cantik* (Jakarta: Mizan Pustaka, 2018), 56.

¹¹*Pra Survey*, UIN Raden Intan Lampung, 2 Juni 2022.

100 orang responden yaitu mahasiswi UIN Raden Intan Lampung dengan menyebarkan mini kuisisioner berupa pernyataan tentang ketertarikan atau tidaknya melakukan pembelian produk berlabel halal, *health awareness*, *cruelty free* dan *no animal testing*, dibandingkan dengan yang belum berlabel. Maka dari hasil survey, dari 100 orang responden tersebut seluruhnya mengetahui dan tertarik melakukan pembelian kosmetik labelisasi halal, ada 70 orang yang mengetahui tentang pentingnya produk *health awareness* dan 30 orang lainnya tidak mengetahui, serta 40 orang yang mengetahui tentang *cruelty free* dan *no animal testing*. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa masih banyak konsumen yang belum mengetahui tentang *health awareness*, *cruelty free* dan *no animal testing* dalam penggunaan produk kecantikan. Sehingga dalam memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk tentunya dipengaruhi oleh adanya labelisasi yang menjamin keamanan penggunaan bagi konsumen dan pengetahuan konsumen tentang labelisasi halal, *health awareness*, *cruelty free* dan *no animal testing* sangat mempengaruhi keputusan pembeliannya.¹²

Pemahaman agama yang sudah semakin baik, membuat kaum muslimin lebih selektif dalam memilih produk yang akan digunakan. Konsumen dapat membedakan produk kecantikan yang mana saja yang boleh digunakan dengan adanya label halal. Konsep terkait halal telah banyak diterapkan dalam kehidupan masyarakat Indonesia dan halal berlaku bagi segala sesuatu yang baik dan bersih yang dikonsumsi oleh manusia menurut syari'at Islam. Sedangkan haram merupakan hal yang sebaliknya dari halal, yaitu tidak dibenarkan atau dilarang menurut syari'at Islam. Sebagaimana terkandung dalam surat Al-Ma'idah ayat 3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ أَلْمَيْتَةُ وَالِدَمُّ وَحَلْمُ الْخَنزِيرِ وَمَا أَهَلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَبِقَةُ
وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّدَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى

¹²Pra Survey, UIN Raden Intan Lampung, 2 Juni 2022.

الْأَنْصَابِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ۚ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ ۗ الْيَوْمَ يَئِسَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ
 دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ ۗ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ
 نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا ۗ فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ
 لِإِثْمِهِ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿١٦٦﴾

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu Jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”. (Al-Ma’idah: 3).

Berdasarkan ayat di atas, diperoleh pemahaman bahwa memakan tidak hanya bermakna lewat mulut namun dapat juga berarti memanfaatkan olahan babi dan bahan haram lainnya untuk berbagai keperluan termasuk untuk produk kecantikan. Dalam hukum Islam diantaranya da jalal, haram dan najis. Apabila terdapat sesuatu yang najis menempel pada tubuh kita, maka hal tersebut akan mempengaruhi keabsahan ibadah yang dilakukan karena salah satu syarat sah ibadah adalah suci pakaian, badan, dan tempat dari najis.

Penelitian yang mengangkat *cruelty free* ini berangkat dari

penelitian Diva Fairus Kamilah, yakni dalam penelitiannya mengatakan bahwa masih sedikitnya penelitian di Indonesia yang membahas *cruelty free*. Oleh karena itu peneliti berniat untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal dan Pengetahuan *Cruelty Free* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan oleh penulis di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih dalam mengenai **“PENGARUH LABELISASI HALAL, HEALTH AWARENESS, PENGETAHUAN CRUEALTY FREE DAN NO ANIMAL TESTING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)”**.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk menetapkan batasan-batasan dari masalah penelitian yang akan berguna untuk mengidentifikasi faktor-faktor mana saja yang akan dimasukkan ke dalam ruang lingkup masalah penelitian dan mana yang tidak dimasukkan agar penelitian ini lebih fokus, mendalam dan terinci. Maka penulis membatasi penelitian hanya berkaitan dengan pengaruh labelisasi halal, *health awareness*, *cruelty free* dan *no animal testing* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* di kalangan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam pandangan ekonomi Islam.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh labelisasi halal (X1) terhadap keputusan pembelian produk *skincare* (Y) di kalangan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung?

2. Apakah pengaruh *health awareness* (X2) terhadap keputusan pembelian produk *skincare* (Y) di kalangan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung?
3. Apakah pengaruh pengetahuan *cruelty free* dan *no animal testing* (X3) terhadap keputusan pembelian produk *skincare* (Y) di kalangan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung?
4. Apakah pengaruh labelisasi halal, *health awareness*, pengetahuan *cruelty free* dan *no animal testing* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* di kalangan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam perspektif ekonomi Islam?

E. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal (X1) terhadap keputusan pembelian produk *skincare* (Y) di kalangan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh *health awareness* (X2) terhadap keputusan pembelian produk *skincare* (Y) di kalangan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan *cruelty free* dan *no animal testing* (X3) terhadap keputusan pembelian produk *skincare* (Y) di kalangan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.
4. Untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal, *health awareness*, pengetahuan *cruelty free* dan *no animal testing* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* di kalangan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam perspektif ekonomi Islam.

F. Manfaat Penelitian

Pada setiap penelitian yang dilakukan, tentunya akan ada sesuatu yang dihasilkan yang kemudian diharapkan menjadi suatu hal yang bermanfaat baik bagi penulis maupun pembaca dan pihak lainnya. Adapun signifikansi atau manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis

Sebagai suatu tambahan informasi bagi mahasiswa/i yang ada di kampus UIN RadenIntan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terutama pada mahasiswa/i yang ingin melakukan penelitian yang terkait dengan pengaruh adanya labelisasi halal, *health awareness*, pengetahuan *cruelty free* dan *no animal testing* terhadap keputusan pembelian produk *skincare*.

2. Secara Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil dari sebuah penelitian ini tentunya dapat menambah pengetahuan serta wawasan yang makin luas mengenai apa dan bagaimana pengaruh adanya labelisasi halal, *health awareness*, pengetahuan *cruelty free* dan *no animal testing* terhadap keputusan pembelian produk *skincare*.

b. Bagi Akademisi

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan, informasi dan juga dapat dijadikan bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.

c. Bagi Pembaca

Diharapkan bagi pembaca yang membaca tulisan ini, dapat mengetahui dan memiliki gambaran jelas tentang pengaruh labelisasi halal, *health awareness*, pengetahuan *cruelty free* dan *no animal testing* pada keputusan pembelian produk kecantikan.

G. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Pada pembahasan penelitian ini, penulis juga mendapatkan dan mengambil referensi dari beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan untuk dapat memperjelas serta mempermudah dalam

penulisan serta penelitian yang dilakukan. Berikut di bawah ini adalah penelitian terdahulu yang menjadi referensi/landasan pada penulisan penelitian ini:

Dewi Wirdatul Ulya pada tahun 2021, melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Label Halal, Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian”. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini yaitu terdapat dua hipotesis yang diterima dan satu hipotesis yang ditolak. Hipotesis yang diterima adalah pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dan pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian, sedangkan hipotesis yang ditolak adalah pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian.¹³

Nurul Fajrina pada tahun 2020, melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)”. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini yakni di kecamatan Kuta Alam labelisasi halal berpengaruh sebesar 24,9% terhadap keputusan pembelian masyarakat dan sisanya sebesar 75,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan di kecamatan Ulee Kareng labelisasi halal berpengaruh sebesar 20,7% dan sisanya sebesar 79,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Oleh karena itu semakin banyak produk makanan ringan yang memiliki label halal maka semakin dapat memberikan rasa aman bagi masyarakat dalam mengkonsumsi produk makanan tersebut.¹⁴

Bunga Imah pada tahun 2020 melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Pada Konsumen Fakultas Ekonomi

¹³Dewi Wirdatul Ulya “Pengaruh Citra Merek, Label Halal, Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian”, (Skripsi Universitas Muhammadiyah Magelang, 2021), 69.

¹⁴Nurul Fajrina, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)”, (Skripsi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2020), 101.

dan Bisnis Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi)". Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah, hasil pengujian uji t parsial menunjukkan kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik sedangkan label Halal juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik. Hasil pengujian secara menyeluruh menggunakan uji F simultan menunjukkan bahwa kesadaran halal label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik.¹⁵

Yuli Rasma pada tahun 2018 melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Komparatif Labelisasi Halal pada Kosmetik dalam meningkatkan Minat Beli Masyarakat di Kecamatan Syiah Kuala dan Kecamatan Kuta Alam". Kesimpulan yang dapat diambil, yaitu labelisasi halal berpengaruh sebesar 1% terhadap minat beli masyarakat di kecamatan Syiah Kuala, sedangkan sisanya sebesar 99% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sedangkan di kecamatan Kuta Alam labelisasi halal berpengaruh sebesar 11% dan sisanya sebesar 89% dipengaruhi oleh variabel lain.¹⁶

Defva Praptiolayasa pada tahun 2019 melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Labelisasi Halal dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Sabun Muka Produk Ponds di Pasar Kemlagi)". Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh tidak signifikan variabel Merek (X2) terhadap keputusan pembelian konsumen. Dan variabel Labelisasi Halal (X1) dan Merek (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).¹⁷

¹⁵Bunga Imah, "Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Pada Konsumen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi)", (Skripsi UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2020), 60.

¹⁶Yuli Rasma, "berjudul "Analisis Komparatif Labelisasi Halal pada Kosmetik dalam meningkatkan Minat Beli Masyarakat di Kecamatan Syiah Kuala dan Kecamatan Kuta Alam", (Skripsi UIN Ar-Raniry Bandar Aceh, 2018), 64.

¹⁷Defva Praptiolayasa, "Pengaruh Labelisasi Halal dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Sabun Muka Produk Ponds di Pasar Kemlagi)", (Skripsi UIN Ar-Raniry Bandar Aceh, 2019), 70.

Putu Vivin Tannia dan Ni Nyoman Yulianthini (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX”. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. (1) X1, X2 dan X3 berpengaruh secara signifikan terhadap Y pada sepeda motor Honda merek PCX, dengan persentase sebesar 48,7%. (2) X1 berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Y pada sepeda motor honda merek PCX sebesar 37,2% dengan besar sumbangan yaitu 13,8%. (3) X2 berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap Y pada sepeda motor honda merek PCX sebesar -29,6% dengan sumbangan yaitu 0,087% dan (4) X3 berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Y pada sepeda motor honda merek PCX sebesar 47,7% dengan besar sumbangan yaitu 22,7%.¹⁸

Febrianti Muji Trianawati, Adi Santoso, Eka Destriyanto Pristi (2022) dengan judul “Pengaruh E-Service Quality, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Sophee”. Untuk penelitian ini memiliki hasil *eservice quality*, *online customer review*, dan *online customer rating* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁹

Sherly Novitasari Sartika, Efni Anita, Novi Mubyarto, Munsarida (2022) dengan judul “Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Pada Online Shop”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, perilaku konsumen dan kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, yang di tunjukkan dengan nilai *Fhitung*>

¹⁸Putu Vivin Tannia dan Ni Nyoman Yulianthini, “Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX”. Prospek: *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3 No. 2, (2021): 87-94.

¹⁹Febrianti Muji Trianawati, Adi Santoso, Eka Destriyanto Pristi, “Pengaruh E-Service Quality, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Sophee”. *Jurnal AKTUAL*, Vol. 20, No. 2, (2022): 1-11.

Ftabel(32.000> 3,10) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Dengan demikian maka dapat di simpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari perilaku konsumen dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen.²⁰

M. P Yuliani, I N.Suarmanayasa (2021) dengan judul “Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Poduk pada Marketplace Tokopedia”. Hasil penelitian ini adalah (1) harga dan review konsumen online berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) review konsumen online berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.²¹

Rokhi Putri Muslihati dan Kabul Trifiyanto (2021) dengan judul “Pengaruh Health Awarness, Green Product dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli”. Variabel Health awarness memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Variabel Green Product tidak signifikan terhadap minat beli. Variabel Perceived Quality yang signifikan terhadap minat beli.²²

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni terletak pada fokus kajian penelitian dan subjek penelitiannya. Penelitian ini, berfokus pada pengaruh labelisasi halal, *health awareness*, pengetahuan *cruelty free* dan *animal testing* terhadap keputusan pembelian produk kecantikan, dan subjek penelitiannya yaitu merujuk pada mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Wirdatul Ulya berfokus pada pengaruh citra merek, label halal, dan

²⁰Sherly Novitasari Sartika, Efni Anita, Novi Mubyarto, Munsarida, “Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Pada Online Shop”. *Jurnal Makesya* Volume 2 Nomor 1 (2022): 51-60.

²¹M. P Yuliani, I N.Suarmanayasa, “Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Poduk pada Marketplace Tokopedia”. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3 No. 2, (2021): 146-154.

²² Rokhi Putri Muslihati dan Kabul Trifiyanto, “Pengaruh Health Awarness , Green Product dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* (2021): 1-11.

bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian. Nurul Fajrina berfokus pada pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan dan subjek penelitiannya yaitu masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh. Bunga Imah pada tahun 2020 memfokuskan penelitian terkait pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik dan subjek penelitiannya yaitu konsumen fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Yuli Rasma melakukan penelitian yang berfokus pada analisis komparatif labelisasi halal pada kosmetik dalam meningkatkan minat beli, dan subjek penelitiannya yaitu masyarakat di Kecamatan Syiah Kuala dan Kecamatan Kuta Alam. Defva Praptiolayasa melakukan penelitian yang berfokus pada pengaruh labelisasi halal dan merek terhadap keputusan pembelian konsumen, dan subjek penelitiannya yaitu konsumen sabun muka produk Ponds di Pasar Kemlagi. Putu Vivin Tannia dan Ni Nyoman Yulianthini, Febrianti Muji Trianawati, Sherly Novitasari Sartika, M. P Yuliani dan juga Rokhi Putri Muslihati memiliki perbedaan focus penelitian dibandingkan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis, yakni penelitian penulis berfokus pada pengaruh dari variable labelisasi halal, healt awareness dan juga cruelty free dan no animal testing terhadap keputusan pembelian sedangkan penelitian terdahulu lainnya mengambil fokus penelitian pada variable yang berbeda.

H. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab dan pada setiap bab terdiri dari beberapa sub bab, secara sistematika pembahasan tersebut adalah sebagai berikut:

Bab satu sebagai bab pendahuluan, memuat tentang penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub-fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika pembahasan.

Bab dua merupakan landasan teori dan pengajuan hipotesis yang berisi pembahasan teoritis yang digunakan yakni pemaparan teori tentang labelisasi halal, health awareness, cruelty free, no animal testing dan keputusan pembelian, serta hipotesis penelitian.

Bab tiga adalah metode penelitian yang membahas mengenai jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengelolaan data, dan teknik pengumpulan data.

Bab empat merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang berisi tentang deskripsi data dan pembahasan penelitian serta analisis.

Bab lima sebagai penutup yang memaparkan kesimpulan dan rekomendasi. Penulis dalam hal ini akan menyimpulkan sebagai inti dari keseluruhan isi dan juga akan diungkapkan beberapa rekomendasi sebagai saran yang diperlukan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian pengaruh labelisasi halal, *health awareness*, pengetahuan *cruelty free* dan *animal testing* pada keputusan pembelian suatu produk kecantikan atau kosmetik yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam Perspektif Ekonomi Islam adalah sebagai berikut :

1. Variabel labelisasi halal dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare*. Maka tidak adanya hubungan antara labelisasi halal (X_1) terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* (Y). Disimpulkan bahwa ada atau tidaknya labelisasi halal pada produk *skincare* tidak akan mempengaruhi keputusan pembelian produk *skincare* oleh Mahasiwi UIN Raden Intan Lampung. Sesuai dengan hipotesis pertama yang berbunyi bahwa labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare*.
2. Variable *Health Awarreness* (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk *skincare* (Y). Disimpulkan bahwa ada atau tidaknya *Health Awarreness* pada produk *skincare* tidak akan mempengaruhi keputusan pembelian produk *skincare* oleh Mahasiwi UIN Raden Intan Lampung. Sesuai dengan hipotesis kedua yang berbunyi bahwa *Health Awarreness* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare*.
3. Variabel *Cruelty Free* dan *No Animal Testing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* (Y). Maka tidak adanya hubungan antara *Cruelty Free* dan *No Animal Testing* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* (Y). Disimpulkan bahwa ada atau tidaknya label *Cruelty Free* dan *No Animal Testing* pada produk *skincare* tidak akan

mempengaruhi keputusan pembelian produk *skincare* oleh Mahasiwi UIN Raden Intan Lampung. Sesuai dengan hipotesis ketiga yang berbunyi bahwa *Cruelty Free* dan *No Animal Testing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare*.

4. Labelisasi halal, *health awareness*, *cruelty free* dan *no animal testing* secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk *skincare* pada mahasiswa UIN Raden Intan Lampung (Y). Produk halal, produk *health awareness*, *cruelty free* dan *no animal testing* adalah kosmetik dan produk *skincare* yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya serta dilarang untuk dikonsumsi umat Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syariat Islam serta memberikan manfaat yang lebih daripada *mudharat* (efek). Sertifikat halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal. Sertifikat halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen. Ini artinya sebelum pengusaha memperoleh ijin untuk mencantumkan label halal atas produk pangannya, terlebih dahulu ia mengantongi sertifikat produk halal yang diperoleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) MUI.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan produksi produk kecantikan diharapkan kedepannya mencantumkan label halal pada setiap produk yang dibuat dan diharapkan dapat mengikuti prosedur pengurusan kehalalan produknya sesuai ketentuan yang berlaku agar keamanan produk dapat terjamin bagi konsumen.

2. Bagi Masyarakat Umum

Sebaiknya lebih mengutamakan keamanan pemakaian suatu produk dibandingkan dengan harga yang murah sehingga disarankan agar lebih mementingkan kualitas produk yang terjamin aman secara resmi sehingga tidak akan menimbulkan resiko ancaman bagi kesehatan dikemudian hari.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan studi dan tambahan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi terutama Departemen Ekonomi Pembangunan yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan masukan bagi kalangan akademis dan peneliti yang tertarik untuk membahas mengenai topik yang sama.



DAFTAR RUJUKAN

Buku :

- Amirudin, dan zainal asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Anam, Mufti dan Wardah Nafisah, *Skincare 101: Panduan Lengkap Untuk Kulit Sehat dan Cantik*, Jakarta: Mizan Pustaka, 2018.
- Apriyantono dan Nurbowo, *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*, Jakarta: Khairul Bayan, 2003.
- Burhanuddin, Agussalim. *Studi Keamanan Dan Isu-Isu Strategis Global*, Makasar : Lembaga Kajian Dan Pengembangan Pendidikan Universitas Hasanudin, 2017.
- Cannon, Josep P. *Pemasaran Dasar Edisi 16*. Penerjemah Afia R. Fitriani dan Ria Cahyani, Jakarta: Salemba, 2009.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Harinaldi, *Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik Dan Sains*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Husaini, Usman dan Setiadi, *Pengantar Statistika*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003.
- Kotler, Philip and Keller, *Manajemen Pemasaran*, Indonesia: Indeks, 2007.
- Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga, 2013.
- Prasetjo, Ristiyanti dan John J.O.I, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: ANDI, 2004.

- Pelu, Muhammad Ibnu Elmi As. *Label Halal: Antara Spiritualitas Bisnis dan Komoditas Agama*, Malang: Madani, 2009.
- Saepul, Hamdi Asep. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- Sarwono, Jonathan. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, Yogyakarta: ANDI, 2006.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Pranada Media, 2003.
- Siregar, Sofyan. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Solimun, Adji Akhmad, Dkk, *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarPLS*, Malang: UB Press, 2017.
- Sudjana, *Metode Statistika*, Bandung: PT. Tarsito, 2011.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: IKAPI, 2016.
- Sukirman, *Cara Kreatif Menulis Karya Ilmiah*, Makassar: Angkasa Timur, 2015.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*, Yogyakarta: CAPS, 2014.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Zulham, *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*, Jakarta Timur: Kncana, 2018.

Karya Ilmiah

Adrian, Muhammad Goldy dan Ari Irawan “Pengaruh Persepsi Nilai, Kesadaran Kesehatan, Dan Kepedulian Keamanan Pangan Terhadap Niat Beli Makanan Organic Di Kota Malang”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 78, No 1 (2020): 35-46.

Alim, Shilachul Alfinul M Kholid Mawardi, Aniesa Samira Bafadhal. “Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 62 No. 1 (2018): 13.

Aswadi, Rahmad. “Pengaruh Keamanan Pangan Kesadaran Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Labelisasi Halal (Studi Pada Konsumen Restoran Cepat Saji Gunung Salju Banda Aceh)”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2021).

Fajrina, Nurul. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)”, (Skripsi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2020).

Hong, “Health Communication. An Extension Of The Extended Parallel Process Model (Eppm) In Television”. *Health News : The Influence Of Health Consciousness On Individual Message Processing And Acceptance*, (2011): 343-353.

Imah, Bunga. “Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Pada Konsumen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi)”, (Skripsi UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2020).

Kalbarini, Rahmah Yulisa dan Reni Anggraini, “Label halal dan dampaknya terhadap pendapatan usaha Maha Bakery di Kota Pontianak”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2 No. 1 (2022): 26-35.

M. P Yuliani, I N.Suarmanayasa, “Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Poduk pada

Marketplace Tokopedia”. Prospek: *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3 No. 2, (2021): 146-154.

Michaelidou & Hassan, “The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern and Ethical Identity on Attitudes and Intention Towards Organic Food”. *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 32 No. 2, (2008): 1617.

Muslihati, Rokhi Putri dan Kabul Trifiyanto, “Pengaruh Health Awareness , Green Product dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* (2021): 1-11.

Praptiolayasa, Defva. “Pengaruh Labelisasi Halal dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Sabun Muka Produk Ponds di Pasar Kemlagi”, (Skripsi UIN Ar-Raniry Bandar Aceh, 2019).

Rasma, Yuli. “berjudul “Analisis Komparatif Labelisasi Halal pada Kosmetik dalam meningkatkan Minat Beli Masyarakat di Kecamatan Syiah Kuala dan Kecamatan Kuta Alam”, (Skripsi UIN Ar-Raniry Bandar Aceh, 2018).

Sartika, Sherly Novitasari, Efni Anita, Novi Mubyarto, Munsarida, “Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Pada Online Shop”. *Jurnal Makesya* Volume 2 Nomor 1 (2022): 51-60.

Suh, Won Bo, Anita Eves, dan Margaret Lumbers, “Consumers Attitude and Understanding of Organic Food: The Case of South Korea”. *Journal of Foodservice Business Research*. Vol. 15 No. 1, (2021): 49-63.

Tannia, Putu Vivin dan Ni Nyoman Yulianthini, “Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX”. Prospek: *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3 No. 2, (2021): 87-94.

Trianawati, Febrianti Muji, Adi Santoso, Eka Destriyanto Pristi, “Pengaruh E-Service Quality, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Sophee”. *Jurnal AKTUAL*, Vol. 20, No. 2, (2022): 1-11.

Ulya, Dewi Wirdatul. “Pengaruh Citra Merek, Label Halal, Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian”, (Skripsi Universitas Muhammadiyah Magelang, 2021).

Yunitasari, Vivi, Moch. Khoirul Anwar, “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya” *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 2 Nomor 1, (2019): 15.

Sumber Online

Kompas, “Perbedaan Produk Cruelty Free Dan Vegan Dalam Kosmetik”, *kompas.com*, diakses pada tanggal 15 April 2022.

Paramitha, Nadya “Apa Beda Label Cruelty Free dan No Animal Testing? Kalau Leaping Bunny dan Vegan? Yuk, Cari Tahu di Sini”. *Journal Sociolla.com* (2017).
<https://journal.sociolla.com/beauty/label-cruelty-free-no-animal-testing>.

Risma, Ana. “Pahami Perbedaan Cruelty-Free dan Vegan yang Tercantum di Kemasan Produk Kecantikan”, (Desember 2021).
<https://www.momsmoney.id/>

Sinaga, Deddy. “Ketika Label No Animal Tested Tidak Memiliki Arti”, *cnnindonesia.com*, diakses pada tanggal 15 April 2022.