



**ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH**

**Sonia Cipta Wahyurini <sup>1)</sup>, Nurvita Trianasari <sup>2)</sup>**  
**Universitas Telkom**

**INFORMASI ARTIKEL**

**ABSTRAK**

Dikirim : 01 Januari 2020  
Revisi pertama : 09 Januari 2020  
Diterima : 13 Januari 2020  
Tersedia online : 31 Januari 2020

Kata Kunci : Label Halal, Harga,  
Keputusan

Email : [soniacipta@gmail.com](mailto:soniacipta@gmail.com) <sup>1)</sup>,  
[vita.statistik@gmail.com](mailto:vita.statistik@gmail.com) <sup>2)</sup>

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor label halal dan harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Wardah. Pasar industri halal di Indonesia didorong oleh beberapa sektor industri antara lain industri perbankan, industri makanan dan minuman, industri fashion muslim, industri kesehatan dan industri kosmetik. Indonesia merupakan negara dengan jumlah konsumsi kosmetik terbesar kedua setelah India. Di Indonesia industri kosmetik menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Inovasi dalam industri kosmetik saat ini adalah industri kosmetik halal yang didorong oleh meningkatnya permintaan pasar yang tinggi. Permintaan pasar yang tinggi dikarenakan oleh masyarakat yang sudah mulai beralih dan menyadari pentingnya menggunakan produk kecantikan halal. Selain faktor label halal terdapat faktor harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Harga yang diberikan oleh perusahaan harus sesuai dengan kualitas dan manfaat yang akan didapatkan oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor label halal dalam mempengaruhi perilaku keputusan pembelian kosmetik Wardah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan teknik non-probabilitas, dimana pemilihan anggota populasi menggunakan metode purposive sampling. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan kosmetik Wardah yang berjumlah 102 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Laporan *Global Islamic Economy*, merepresentasikan Indonesia menjadi pasar industri halal terbesar di dunia dengan rasio pertumbuhan rata-rata meningkat hingga lima sampai enam persen per tahunnya. Indonesia menduduki peringkat 10 dari 15 negara tertinggi dalam perkembangan ekonomi syariah. Peningkatan pasar industri halal di Indonesia didorong oleh beberapa sektor industri antara lain industri perbankan, industri makanan dan minuman, industri *fashion* Muslim, industri kesehatan dan industri kosmetik (Global Islamic Economy Report, 2018).

Industri kosmetik nasional mencatat pertumbuhan 20% atau empat kali lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017, nilai ekspor produk kosmetik nasional mencapai US\$ 516,99 juta, dengan jumlah mencapai lebih dari 760 perusahaan (Kementerian Perindustrian, 2018). Meningkatnya industri kosmetik nasional di Indonesia didorong oleh program kosmetik yang semakin maju dan beragam, salah satunya adalah *Beauty Feat Asia 2018*. *Beauty Feast Asia 2018* adalah suatu program se-Asia Tenggara untuk mempromosikan *icon a wellness industry*. *Icon a wellness industry* adalah program kementerian perdagangan dalam mempromosikan produk herbal, farmasi dan kosmetik yang dibantu oleh *influencer* kecantikan global yang menggabungkan produk kecantikan terkini dan tren terkini yang menjadi suatu inovasi industri kosmetik (BFA, 2018).

Inovasi dalam industri kosmetik saat ini adalah industri kosmetik halal yang didorong oleh meningkatnya permintaan pasar yang tinggi. Permintaan pasar ini dikarenakan masyarakat sudah mulai beralih dan menyadari pentingnya menggunakan produk kecantikan halal. Produk kecantikan halal dijadikan salah satu pilihan bagi pecinta kosmetik karena selain mempercantik kulit juga terbuat dari bahan yang aman untuk kulit, dan sesuai dengan syariat hukum Islam (liputan6.com, 2019).

Produk kecantikan halal biasanya ditandai oleh adanya label halal yang tertera pada produk. Label halal menjadi pertanda bahwa kehalalan produk tersebut telah sesuai dengan ketentuan Islam. Lembaga yang berhak mengeluarkan label dan sertifikat halal di Indonesia adalah LPPOM MUI (CNN Indonesia, 2018). LPPOM MUI adalah Lembaga Pengkajian Pangan, Obat – obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) adalah sebuah lembaga yang mengeluarkan sertifikat kehalalan suatu produk dari mulai bahan baku hingga ketangan konsumen sesuai dengan syari'at Islam (Halal MUI, 2018).

Salah satu kosmetik yang memiliki sertifikasi LPPOM MUI adalah kosmetik Wardah. Wardah adalah perusahaan kosmetik Indonesia yang didirikan oleh dr Sari Chairunisa, S.pkk pada tahun 1995 dan menjadi pelopor kosmetik halal di Indonesia dan di mancanegara, dengan nomor sertifikasi halal 00150010680899. Wardah sebagai pelopor dalam menciptakan produk kecantikan bersertifikat halal, membagikan pemahaman baru bahwa cara hidup halal dan produk kecantikan mampu berpadu secara elegan. Wardah menggunakan bahan bahan yang bebas alkohol dan aman bagi konsumen. Perkembangan wardah diIndonesia ini didorong oleh mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Muslim, karena halal adalah salah satu faktor yang penting bagi umat Muslim (Wardah, 2018).

Wardah terus mengkampanye “Halal dari Awal” untuk meningkatkan kesadaran masyarakat muslim tentang keberadaan kosmetik dan produk kecantikan halal. Wardah terus melakukan inovasi yang membuat Wardah menjadi salah satu kosmetik halal yang digemari oleh masyarakat di Indonesia, dibuktikan dengan beberapa penghargaan yang dapat diraih oleh Wardah diantaranya *Top Brand Awards 2018* dalam kategori produk sampo dan perawatan rambut, *Campaign of the year 2017* dalam ajang Beautyfest Asia 2017 karena dinilai memiliki strategi pemasaran yang baik, unik serta kreatif, *Halal Awards 2016* dalam kategori gencarnya kosmetika dalam melakukan kegiatan sosialisasi, edukasi halal kepada masyarakat Indonesia. Strategi Wardah menggunakan label “Halal dari Awal” ini juga diharapkan dapat mendorong konsumen dalam keputusan pembelian *brand* Wardah (Dream, 2018).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga yang terjangkau atau sesuai dengan kualitas dan mutu produk yang ditawarkan menjadi pertimbangan penting bagi konsumen. Menurut Kotler and Amstrong (2010) Harga adalah uang atau nilai yang dibebankan pada suatu produk atau jasa untuk nilai tukar konsumen atas manfaat yang merupakan faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Penetapan harga yang sesuai dengan konsumen akan meningkatkan pembelian konsumen yang akan berujung pada pendapatan perusahaan.

Pengambilan keputusan pembelian konsumen menggambarkan kemampuan konsumen dalam mewujudkannya dalam bentuk sikap untuk memilih atau membeli barang berdasarkan pilihan alternatif yang ada, menurut K. and K. (2010), keputusan pembelian adalah bagian dari proses pengambilan keputusan pembeli yang jauh lebih besar dimulai dengan mengenali kebutuhan hingga perilaku pasca pembelian. Penelitian ini mengkaji tentang faktor label halal dan harga. Pemilihan variabel tersebut karena dugaan peneliti bahwa faktor tersebut memiliki pengaruh pada keputusan pembelian. Oleh karena itu peneliti mengadakan penelitian dengan judul “*Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*”.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Label Halal**

Label menurut adalah bagian yang tidak terpisahkan dari suatu produk yang digunakan untuk memberkan informasi mengenai suatu produk atau jasa. Secara umum label berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluarsa, isi, keterangan legalitas (Kotler and Amstrong, 2010).

Halal menurut surat Al-A’raf ayat 157 adalah dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengaramkan bagi mereka segala yang buruk. Secara ringkas, syarat-syarat produk halal menurut Islam adalah halal zatnya, halal cara memperolehnya, halal dalam prosesnya, halal dalam penyimpanannya, halal dalam pengangkutannya dan halal dalam penyajiannya (Tafsir Web, 2018).

Label halal adalah penyantuman halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus halal. Untuk mendapatkan label halal pada produk, perusahaan harus mendaftarkan produk tersebut ke Majelis Ulama Indonesia untuk mendapatkan Sertifikat Halal MUI. Sertifikat Halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis

Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam.

### **Harga**

Menurut Kotler and Amstrong (2010) Harga adalah uang atau nilai yang dibebankan pada suatu produk atau jasa untuk nilai tukar konsumen atas manfaat yang merupakan faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli.

Menurut K. and K. (2016) Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk suatu produk atau jasa atau sejumlah uang yang ditukarkan untuk memperoleh suatu manfaat atau kepemilikan terhadap suatu produk atau jasa.

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian, keputusan pembelian adalah bagian dari proses pengambilan keputusan pembeli yang jauh lebih besar dimulai dengan mengenali kebutuhan hingga perilaku pasca pembelian, dengan lima tahapan proses keputusan pembelian. Lima tahapan proses keputusan pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian (K. and K.: 2016).

### **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran pada peneliitan ini sama dengan jurnal acuan yang berjudul *The Effect of Halal Label, Halal Awarness, Product Price and Brand Image to the Purchasing Decsion on Cosmetic Product*. Kerangka pemikiran dalam penelitian [12] terdapat variabel independen yaitu label halal, keamanan bahan, promosi, dan harga dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Penelitian ini hanya menggunkan variabel independen yaitu label halal dan harga dengan variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Penelitian (Henry Aspan, 2017) variabel keputusan pembelian dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu:

1. Pengenalan Kebutuhan.
2. Pencarian Informasi.
3. Evaluasi Alternatif.
4. Keputusan Pembelian.
5. Perilaku Pasca Pembelian.

Penelitian (Henry Aspan, 2017) variabel label halal dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu:

1. Pengetahuan.
2. Kepercayaan.
3. Penilaian tentang label halal.

Penelitian (Henry Aspan, 2017) variabel harga dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu:

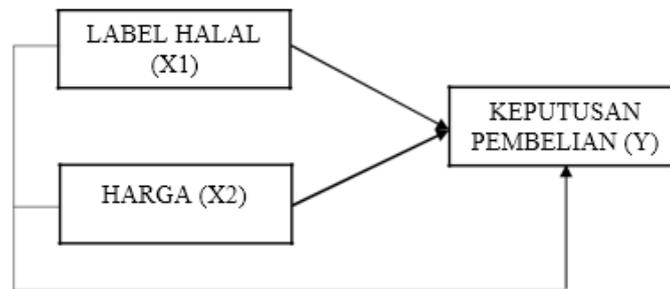
1. Harga yang ditawarkan dapat terjangkau oleh konsumen.
2. Harga yang ditawarkan mampu bersaing secara kompetitif dengan produk pesaing.
3. Penyesuaian antara harga dan kualitas

Penelitian (Khumairotul Khuwaroh, Agus widarko, & M. Koirul Anwaruddin) dari kerangka pemikiran tersebut, didapatkan hipotesis sebagai berikut :

1. H1: Variabel label halal dan harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik.
2. H2: Label halal memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. H3: Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan uraian tersebut, landasan pemikiran dalam penelitian ini adalah:

**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**



Sumber: Henry Aspan (2017)

### Hipotesis penelitian

- H1 : Label Halal dan Harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah.
- H2 : Label Halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah.
- H3 : Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, tujuannya adalah konklusif yaitu penelitian dilakukan setelah melihat dan membaca penelitian sebelumnya yang membahas hubungan antar variabel. Tipe penyelidikan yang digunakan adalah konklusif, dengan keterlibatan penelitian adalah tidak mengintervensi data dan waktu penelitian yang digunakan adalah *cross section* yaitu pengumpulan data yang dilakukan dalam satu periode, kemudian data itu diolah, dianalisis, dan kemudian ditarik kesimpulan.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (X) yaitu label halal dan harga, variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian (Y2).

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu pengumpulan data, pengolahan data, dan menyajikan data dengan mendeskripsikan data atau fenomena dalam bentuk tabel, grafik, angka-angka, rata-rata dan sebagainya. Selain analisis deskriptif teknik analisis yang digunakan adalah *Method of Successive Interval* dan Bivariabel. *Method of Successive Interval* adalah data dengan skala ordinal maka dari itu data yang diperoleh harus ditransformasikan atau diubah menggunakan MSI, sedangkan teknik analisis linear berganda.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran persepsi dari 417 responden mengenai variabel penelitian yaitu Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian kosmetik Wardah. Rekapitulasi tanggapan responden terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

#### - Variabel Label Halal

**Tabel 1. Variabel Label Halal**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Skor Total	Skor Ideal	%
1	Label halal pada produk Wardah menjamin kehalalan produk	2	1	18	62	19	401	510	78.60%
2	Label halal pada produk Wardah mampu mengalahkan pesaing produk lain	5	3	27	37	30	390	510	76.47%
3	Label halal yang dimiliki Wardah bersifat resmi dari LPPOM-MUI	2	3	14	50	33	33	510	81.37%
4	Proses pembuatan produk Wardah dibawah pengawasan LPPOM-MUI	0	3	11	57	31	31	510	82.74%
Skor Total							1628	2040	79.80%

Sumber: Hasil Penelitian diolah (2019)

Skor total tanggapan responden mengenai variabel label halal (X1). Berdasarkan hasil pengolahan dapat diketahui bahwa skor total untuk variabel label halal (X1) adalah 1628 atau 79,80%. Dengan demikian variabel label halal (X1) berada pada kategori Baik.

#### - Variabel Harga

**Tabel 2. Variabel Harga**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Skor Total	Skor Ideal	%
1	Harga produk Wardah terjangkau untuk semua kalangan	1	2	15	36	47	429	510	84.11%
2	Harga produk Wardah sesuai dengan kualitas yang ditawarkan	0	1	34	50	17	389	510	76.27%
3	Harga produk Wardah sesuai dengan yang didapatkan	2	3	26	52	19	389	510	76.27%

**Lanjutan Tabel 2. Variabel Harga**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Skor Total	Skor Ideal	%
4	Harga produk Wardah dapat bersaing dengan produk kosmetik lain	1	0	28	46	27	404	510	79.21%
Skor Total							1628	2040	79.80%

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Gambaran tanggapan responden mengenai variabel harga (X2). Berdasarkan hasil pengolahan dapat diketahui bahwa skor total variabel harga (X2) adalah 1611 atau 78,97%. Dengan demikian variabel harga berada pada kategori Baik.

- **Variabel Keputusan Pembelian**

**Tabel 3. Variabel Keputusan Pembelian**

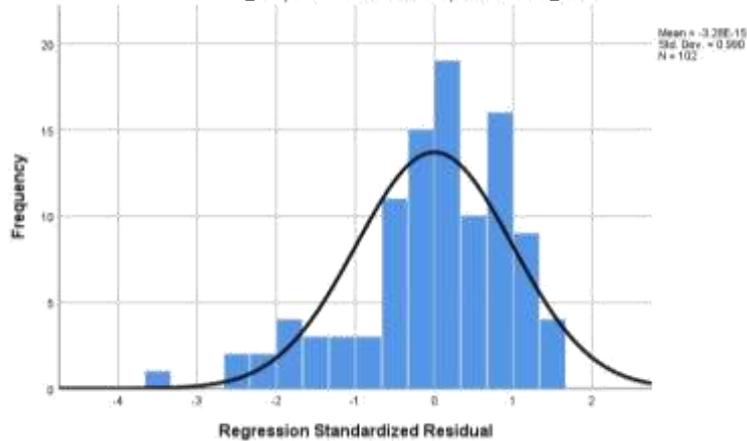
No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Skor Total	Skor Ideal	%
1	Anda menyadari adanya kebutuhan untuk menggunakan produk Wardah karena terbuat dari bahan yang halal	1	2	22	40	37	416	510	81.56%
2	Anda tertarik membeli produk Wardah karena sudah berlabel halal	1	4	23	41	33	407	510	79.80%
3	Anda tertarik membeli produk Wardah karena harga yang terjangkau dari pada produk lain yang serupa	0	2	14	51	35	425	510	83.33%
4	Anda tertarik membeli produk Wardah karena harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang didapatkan	3	4	19	39	37	409	510	80.19%
5	Anda membeli produk Wardah lebih dari satu kali karena berlabel halal	0	6	22	37	37	411	510	80.58%
6	Anda membeli produk Wardah lebih dari satu kali karena memiliki harga yang terjangkau	1	1	16	40	45	436	510	85.49%
Skor Total							2504	3060	81.83%

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Gambaran tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil pengolahan dapat diketahui bahwa skor total variabel keputusan pembelian (Y) adalah 2504 atau 81,83%. Dengan demikian variabel keputusan pembelian berada pada kategori Baik.

- b. Uji Asumsi Klasik
  - Uji Normalitas

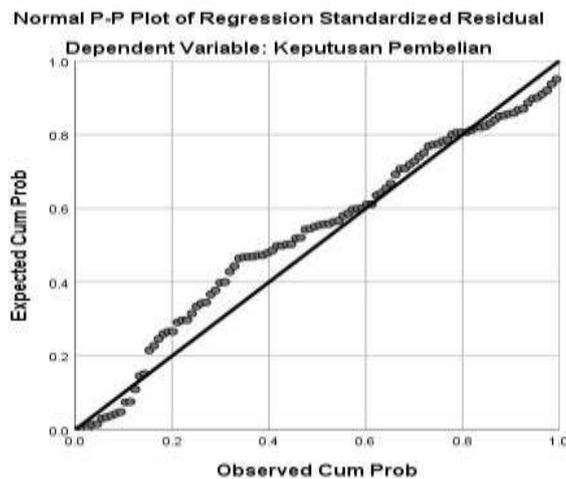
**Gambar 2. Grafik Dependent Variable : Keputusan Pembelian**



Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Uji normalitas pada histogram, menunjukkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal dikarenakan garis yang terdapat pada histogram membentuk lonceng yang simetris.

**Gambar 3. Grafik P-Plot of Regression Standardized Residual**



Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Grafik *P-Plot of Regression Standardized Residual* menunjukkan bahwa persebaran data pada penelitian ini terdapat titik berada disekitar garis diagonal yang artinya pada penelitian ini data berdistribusi normal dan memenuhi kriteria pengambilan keputusan.

- **One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test				
		Label Harga	Harga	Keputusan Pembelian
N		102	102	102
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	3.5508	3.8512	3.7856
	Std. Deviation	.60416	.58379	.42272
Most Extreme Differences	Absolute	.192	.107	.160
	Positive	.094	.094	0.88
	Negative	-.192	-.107	-.106
Test Statistic		.192	.107	.160
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>	.006 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal				
b. Calculated from data				
c. Lilliefors Significance Correction.				

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Variabel label halal, harga dan keputusan pembelian (0.000, 0.006, 0.000) < 0.05 yang artinya data pada variabel label halal, harga dan keputusan pembelian yang digunakan pada penelitian ini berdistribusi normal.

- Uji Multikolonieritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Label Halal	.975	1.025
	Harga	.975	1.025

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

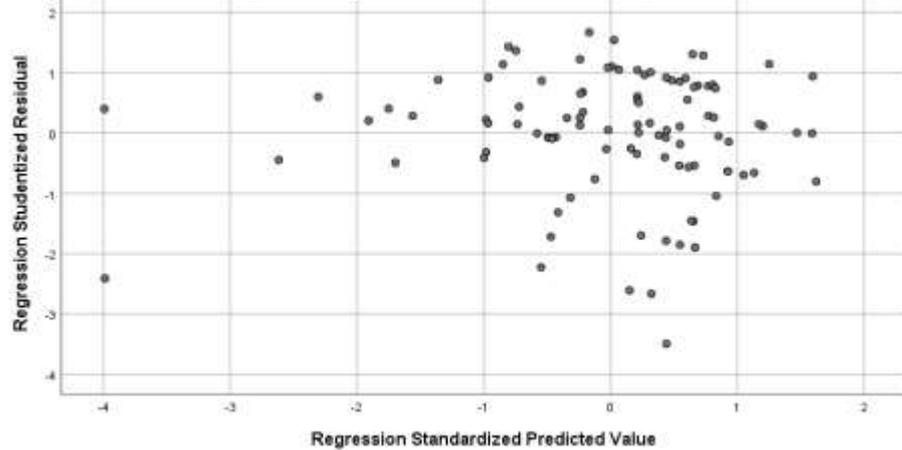
Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) antara setiap variabel bebas berada disekitar angka 1 dan tidak lebih dari 10, sedangkan nilai *tolerance*

pada variabel bebas memiliki nilai lebih dari 0,1. Hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini tidak memiliki multikolonieritas dan dapat merepresentasikan seluruh hasil analisis regresi

- Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 4. Scatterplot Dependent Variable: Keputusan Pembelian**



Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Uji Heteroskedastisitas pada *scatterplot* titik-titik yang tersebar berada diatas dan dibawah angka 0 yang artinya pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.689	.327		8.235	.000		
	Label Halal	.245	.066	.350	3.705	.000	.975	1.025
	Harga	0.59	.068	.081	.860	.392	.975	1.025

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Koefisien regresi, sehingga persamaannya sebagai berikut:

$$= 2,689(a) + 0,245(X1) + 0,059(X2)$$

Persamaan regresi linear berganda dapat diartikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 2,689 yang artinya jika tidak terdapat variabel label halal dan harga sebagai variabel bebas (X), maka nilai konsisten keputusan pembelian (Y) adalah 2,689.
- Nilai koefisien regresi X1 bersifat positif sebesar 0,245 yang artinya variabel X1 memiliki hubungan yang positif dengan variabel Y, dan jika terdapat peningkatan pada variabel label halal maka variabel keputusan juga akan meningkat.
- Nilai koefisien regresi X2 bersifat positif sebesar 0,059 yang artinya variabel X2 memiliki hubungan yang positif dengan variabel Y, dan jika

terdapat peningkatan pada variabel harga maka variabel keputusan juga akan meningkat.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada responden yang pernah membeli atau menggunakan kosmetik Wardah mengenai faktor label halal dalam mempengaruhi perilaku keputusan pembelian kosmetik Wardah, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- Variabel label halal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah.
- Variabel harga tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah.
- Variabel independen (label halal dan harga) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian faktor label halal dan harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Wardah, maka peneliti mengajukan beberapa saran untuk perusahaan dan untuk peneliti selanjutnya, yang dapat dijadikan solusi untuk pertimbangan selanjutnya, antara lain sebagai berikut :

#### **1. Saran Bagi Perusahaan**

Peneliti menyarankan kosmetik wardah perlu memperhatikan harga yang ditawarkan agar dapat sesuai dengan kualitas dan manfaat yang didapatkan konsumen. Sehingga wardah dapat bersaing dengan pesaing lainnya.

Perusahaan Wardah sudah tepat dalam menggunakan label halal pada kosmetik sehingga perlu dipertahankan kehalalan pada produknya. Sehingga dapat menjadi ciri khas kosmetik Wardah daripada kosmetik yang lain.

#### **2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis mengajukan beberapa saran untuk peneliti selanjutnya. Penelitian ini hanya meneliti faktor label halal dalam mempengaruhi perilaku keputusan pembelian kosmetik Wardah. Sedangkan seiring berkembangnya sektor industri di Indonesia maka akan berkembang pula fenomena yang akan timbul di masyarakat, sehingga akan muncul faktor-faktor lain yang akan mempengaruhi perilaku keputusan pembelian. Subjek yang digunakan juga dapat menggunakan subjek kosmetik lain yang dapat disesuaikan dengan faktor yang akan digunakan peneliti selanjutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Available: <https://www.idntimes.com/news/indonesia/akhmadmustaqim/bfa-2018-industri-kosmetik-tanah-air-tumbuh-20-persen-1/full>.
- cnnindonesia.com, "Mengenal ketentuan kosmetik berlabel halal dan LPPOM MUI," 2018. [Online]. Available: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180329232035-277-287005/mengenal-ketentuan-kosmetik-berlabel-halal-dari-lppom-mui>.

- dream.co.id, "Wardah Sabet Penghargaan Halal Top Brand 2018," 2018. [Online]. Available: <https://www.dream.co.id/beauty/wardah-sabet-penghargaan-halal-top-brand-2018-181101a.html>.
- Global Islamic Economy Report. 2018. "Global Islamic Economy Report," Halal MUI, "Tentang LPPOM MUI," 2018. [Online]. Available: [http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section/130/1511/page/1](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/130/1511/page/1).
- Henry Aspan, Iskandar Muda S, Ade Putri M and Husni Muharram R, "The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Product," *Internatonal Jurnal of Global Sustainabillity*, 2017.
- Idntimes, "BFA 2018: Industri Kosmetik Tanah Air Tumbuh 20 Persen," 2018. [Online].
- K. and K. , *Marketing Manajemen*, 2016.
- kemenperin.go.id, "Kinerja Industri Kosmetik Nasional Lampauai Pertumbuhan Ekonomi," 2018. [Online]. Available: <https://kemenperin.go.id/artikel/19435/Kinerja-Industri-Kosmetik-Nasional-Lampauai-Pertumbuhan-Ekonomi>.
- Kementrian Perindustrian, "Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%," 2018. [Online]. Available: <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>.
- liputan6.com, "Melihat industri kosmetik halal yang semakin berkembang," 2019. [Online]. Available: <https://www.liputan6.com/fashion-beauty/read/3878062/melihat-industri-kosmetik-halal-yang-semakin-berkembang>.
- P. Kotler and Amstrong, *Prinsip prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Scribd, "Wardah," 2018. [Online]. Available: <https://www.scribd.com/document/336852659/WARDAH>.
- Tafsirweb.com, "Tafsir Web," 2018. [Online]. Available: <https://tafsirweb.com/2611-surat-al-araf-ayat-157.html>.
- Top Brand Award, "Top Brand Index Fase 1 2018," 2018. [Online]. Available: [https://www.topbrand-award.com/top-brand%20index/?tbi\\_index=Top%20Brand&tbi\\_year=2018](https://www.topbrand-award.com/top-brand%20index/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2018).