

Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir

Indah Setia Maharani

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu, indahmaharani064@gmail.com

Abstract

Currently with the development of science, culture and technology, the needs of human life is growing as well. The need to beautify themselves is now a top priority in supporting everyday appearance, especially cosmetics become a trend today. The competition between the personal care and cosmetics industry markets is increasingly competitive. This is evidenced by the many types of cosmetics of domestic production and foreign production that circulate well in Indonesia. So consumers should pay attention to the halal label and product quality of the cosmetic. This study aims to determine and analyze 1) the influence of lifestyle on purchasing decisions, 2) the influence of halal labels on purchasing decisions, 3) the influence of product quality on purchasing decisions, and 4) the influence of price on purchasing decisions, the population in this study is consumers in the downstream bar Kecamatan who have bought and used Wardah Cosmetics and the sample in this study was taken using Slovin and obtained the number of samples as many as 100 people. The data analysis method used is validity and reliability test, classical assumption test, multiple regression analysis test, hypothesis test through T-test and f-test, determination coefficient test. Testing is done using the help of SPSS. The results showed that lifestyle variables partially showed $t\text{-count} (4,041) > t\text{-table} (1,984)$ with GIS. Amounted to 0.027 which means lifestyle variables have a positive and significant effect on the purchase decision. Variable halal label partially, showing $t\text{-count} (4,948) > t\text{-table} (1,984)$ with sig. Amounted to 0.032 which means the variable halal label has a positive effect and GIS. against the purchase decision. Product quality variable has partial effect, showing $t\text{-count} (3,834) > t\text{-table} (1,984)$ with GIS. Of 0.006 which means the variable quality of the product has a positive effect and GIS. to the purchase decision, the price variable has a partial effect, showing $t\text{-count} (3,462) > t\text{-table} (1,984)$ with GIS. Of 0.000 which means the price variable has a positive effect and GIS. on the purchase decision based on simultaneous testing (test - F), it is seen that $f\text{-count} (39,478) > F\text{-table} (3,09)$ with a GIS of 0.000 which means lifestyle variables, halal label, product quality and price together have a positive effect and GIS. against the purchase decision. Analysis of the coefficient of determination seen from the value of R Square of 0.624 which means that the decision to purchase cosmetics Wardah at consumers in District Bar downstream can be met by lifestyle, halal label, product quality and price of 62.4% while the remaining 37.6% influenced by other factors that are not described in this study.

Keywords: Lifestyle, Halal Label, Product Quality, Price, Purchase Decision.

Pendahuluan

Banyaknya produk kosmetik di pasaran mempengaruhi minat seseorang terhadap pembelian dan berdampak kepada keputusan pembelian. Di era globalisasi seperti saat sekarang ini, banyak hal berkembang dengan sangat pesat, tidak terkecuali dengan dunia bisnis. Banyak bisnis yang berkembang dengan sangat pesat, salah satu nya adalah dunia usaha yang mengandalkan kemajuan teknologi yaitu kosmetik Wardah. Usaha penjualan kosmetik merupakan usaha yang sedang berkembang pada saat sekarang ini, hal ini mengakibatkan banyak nya pesaing pada usaha tersebut. Usaha penjualan kosmetik merupakan usaha yang bergerak dibidang pelayanan barang dan jasa, dimana usaha ini menyediakan produk yang menjual beraneka ragam perawatan kulit yang telah diinovasi dan dapat pula kamu sesuaikan dengan kondisi serta jenis kulit wajah.. Keberadaan usaha ini sangat membantu para konsumen dalam mengerjakan pekerjaan, namun banyaknya usaha

yang bergerak dibidang yang sama membuat penulis tertarik untuk meneliti di usaha penjualan kosmetik

Keputusan pembelian konsumen tidak terlepas dari gaya hidup mereka yang ingin membeli produk yang bermanfaat dan mempunyai kualitas baik. Keputusan pelanggan merupakan keputusan resmi yang dibuat oleh pelanggan untuk memutuskan apa dan dimana pelanggan tersebut menjatuhkan pilihannya. Untuk itu pihak penjual kosmetik Wardah harus memiliki cara yang tepat untuk menarik pelanggan agar memutuskan membeli di tempat tersebut. Fenomena yang terjadi adalah keputusan pembelian belum sesuai dengan harapan pihak penjual, hal ini dikarenakan seringnya pelanggan datang akan tetapi tidak memutuskan untuk memiliki kosmetik tersebut, hal lain yang terlihat adalah terdapat pelanggan yang memberikan keluhan terkait dengan produk yang akan dibelinya sehingga pelanggan tidak memutuskan untuk membeli produk dari kosmetik Wardah. Peneliti menilai bahwa ada beberapa faktor yang dapat menjadi daya tarik bagi keputusan pelanggan yaitu gaya hidup, label halal, kualitas produk dan harga

Landasan Teori

Penelitian Terdahulu

Eka Dewi Sari Tarigan, (2014) melakukan penelitian dengan judul: "Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas, Hasil uji parsial menunjukkan nilai signifikan sebesar $0.025 < 0.05$ dan thitung $2.285 > t_{tabel} 1.668$. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Hasil uji parsial menunjukkan nilai signifikan $0.010 < 0.05$ dan thitung $2.657 > t_{tabel} 1.668$

Zella Anggraeni, (2017) melakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah, Dari hasil analisis yang dilakukan secara parsial diketahui bahwa variabel label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan. Secara simultan label halal, kualitas produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik Wardah

Lilik Andriani, (2017) dalam Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Bandar Lampung, Variabel paling kecil pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yaitu proses pembuatan. Variabel proses pembuatan, bahan baku, dan efek yang ditimbulkan berperan dalam keputusan pembelian kosmetik Wardah sebesar 85,4% sedangkan sisanya 14,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Armstrong, (2015:170), gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam keadaan psikografisnya. Gaya hidup melibatkan pengukuran dimensi AIO utama pelanggan yaitu pertama activities/kegiatan (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, acara sosial), kedua interest/minat (makanan, pakaian, keluarga, rekreasi) dan ketiga opinions/pendapat (tentang diri mereka, masalah sosial, bisnis, produk).

Menurut Supranto dan Limakrisna, (2011:142), gaya hidup mempengaruhi segala aspek perilaku konsumsi seseorang (konsumen). Gaya hidup seseorang merupakan fungsi karakteristik atau sifat individu yang sudah dibentuk melalui interaksi lingkungan orang yang semula tidak boros (hemat) menjadi pemboros setelah bergaul dengan orang-orang pemboros. Gaya hidup seseorang mempengaruhi perilaku pembelian, yang bisa menentukan banyak keputusan konsumsi perorangan, jadi gaya hidup bisa berubah karena pengaruh lingkungan.

Label Halal

Menurut Fajar Laksana, (2010:85) label adalah bagian dari sebuah barang yang berupa tentang keterangan-keterangan tentang produk tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong, (2015:254) label adalah merek sebagai nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan membedakan mereka dari para pesaing. Label adalah suatu bagian dari suatu produk yang membawa informasi verbal dan merupakan bagian dari kemasan tentang produk (Tjiptono, 2014:98).

Pengertian Halal menurut (Yuswohady, (2015:23) adalah segala sesuatu yang diijinkan (dalam hukum) sesuatu yang di dapat dari jalan baik atau melanggar syari'at. Sedangkan Halal merupakan lawan dari kata haram yaitu sesuatu yang dituntut oleh agama untuk ditinggalkan dengan tuntutan yang pasti baik dalilnya.

Kualitas Produk

Menurut Tjiptono, (2014:86) mengatakan bahwa Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Menurut Kotler dan Armstrong, (2015:234),

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Menurut Garvin dalam Kotler Philip, (2012:353) Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan.

Harga

Pengertian harga dapat didefinisikan sebagai alat tukar, hal ini seperti yang dikemukakan oleh William J Stanton, (2012:134) bahwa "harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya" (Laksana, 2010:105).

Berdasarkan definisi tersebut maka harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian maka suatu harga haruslah dihubungkan dengan bermacam-macam barang dan/atau pelayanan, yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa.

Keputusan Pembelian

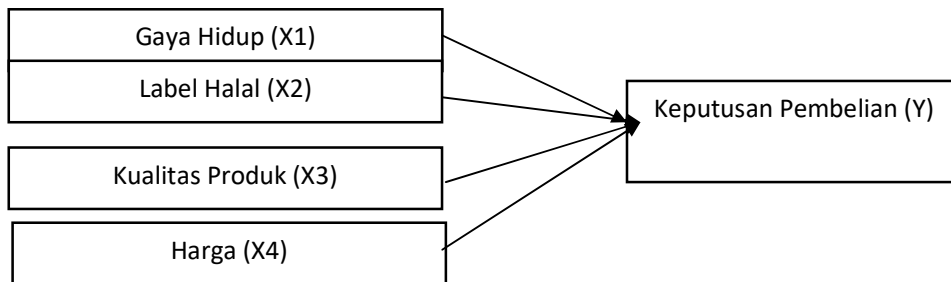
Pengertian keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller, 2014:106) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli, konsumen bebas memilih produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya, memutuskan tempat pembelian, bagaimana caranya, banyak pembelian, kapan membeli, dan mengapa harus membeli.

Definisi keputusan pembelian menurut Setiadi, (2010:422) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.

Keputusan pembelian menurut Schiffman, dan Kanuk (2012:55) adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan.

Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir menurut Sugiyono, (2012:89) merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka fikir penelitian bertujuan untuk mengemukakan objek penelitian secara umum dalam bentuk kerangka variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka konseptual yang menjadi landasan dalam penelitian yang dapat diketahui pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah gaya hidup (X1), label halal (X2), Kualitas Produk (X3), Harga (X4) sebagai variabel independen (Bebas). Sedangkan Keputusan Pembelian (Y) adalah variabel dependen (Terikat). Berdasarkan teori yang dikemukakan diatas, maka kerangka fikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Penulis (2020)

Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut Juliandri, (2013:122) adalah kesimpulan atau jawaban sementara terhadap permasalahan yang telah dirumuskan di dalam rumusan masalah sebelumnya dengan demikian hipotesis relevan dengan rumusan masalah. Untuk mendapatkan batasan masalah yang jelas dari setiap konsep berdasarkan masalah yang diteliti, maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

Ha1: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan gaya hidup terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada masyarakat Kecamatan Bilah Hilir.

H01: Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan gaya hidup terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah masyarakat Kecamatan Bilah Hilir.

Ha2: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan label halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah masyarakat Kecamatan Bilah Hilir.

H02: Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan label halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada masyarakat Kecamatan Bilah Hilir

Ha3: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah masyarakat Kecamatan Bilah Hilir.

H03: Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah masyarakat Kecamatan Bilah Hilir

Ha4: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah masyarakat Kecamatan Bilah Hilir.

H04: Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah masyarakat Kecamatan Bilah Hilir

Metode Penelitian

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan terdiri dari 2 yaitu:

- a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama. Semua data ini merupakan data mentah yang kemudian hari akan diproses untuk tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhannya (Umar, 2011:133). Data primer diperoleh dengan memberikan kuesioner dan wawancara kepada masyarakat pengguna kosmetik Wardah di Kecamatan Bilah Hilir

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat lewat literature-literature atau tulisan-tulisan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, laporan-laporan ini bisa didapat dari dokumen perusahaan atau studi pustaka yang dilakukan oleh penulis, dan *browsing* lewat internet

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian

Kegiatan pengumpulan data dalam penelitian ini berlokasi di Kota Negeri Lama sekitarnya. Dalam penelitian ini, penelitian dilakukan pada pengguna produk kosmetik merek Wardah pada Masyarakat.

Waktu Penelitian

Penelitian di mulai pada bulan Februari 2020 pada saat pengambilan data pertama mengenai sejarah dan pengolahan data bulan Mei 2020 untuk pengambilan sampel dari para pembeli kosmetik Wardah

Populasi Dan sampel Penelitian

Populasi Penelitian

Populasi merupakan suatu wilayah yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan berkualitas yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian hasilnya akan di tarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:22). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota negeri lama Kecamatan Bilah Hilir

Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah dari populasi (Sugiyono, 2017:89). Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dikarenakan jumlah responden dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah respondennya ,teknik non probability sampling ,yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang dan tidak memberikan kesempatan yang sama untuk setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan adalah purposive sampling yaitu peneliti menggunakan pertimbangan sendiri secara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan atau unit sampel yang sesuai dengan kriteria tertentu yang diinginkan oleh peneliti. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

dimana:

n = jumlah elemen / anggota sampel

N = jumlah elemen / anggota populasi

e = error level (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya digunakan 1 % atau 0,01, 5 % atau 0,05, dan 10 % atau 0,1) (catatan dapat dipilih oleh peneliti).

Maka besarnya sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{51086}{1 + 51086 \cdot (0,1)^2}$$

$n = 99,74$ di bulatkan menjadi 100

Jadi, jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 100 pembeli

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel gaya hidup (X1), label halal (X2), kualitas produk (X3) dan harga (X4) terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 19.00 for windows diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.817	2.225		.817	.416
1 X1	2.005	2.115	.003	4.041	.027
X2	3.076	3.080	.068	4.946	.032
X3	4.083	4.100	.065	3.834	.006
X4	2.747	2.079	.733	3.462	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020

Dari Tabel 4.12 hasil regresi dapat disajikan juga dalam bentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = 11,817 + 2,005X_1 + 3,076X_2 + 4,083X_3 + 2,747X_4$$

1. Konstanta sebesar 11,817 menunjukkan bahwa jika gaya hidup, label halal, kualitas produk dan harga jika memiliki nilai nol maka keputusan pembelian kosmetik Wardah di Negeri lama pada konsumen sebesar 11,817
2. Gaya hidup memiliki koefisien bertanda positif sebesar 2,005, menunjukkan bahwa variabel karakteristik gaya hidup berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di kota Negeri Lama, atau dengan kata lain setiap adanya upaya penambahan sebesar satu satuan pada karakteristik gaya hidup, maka keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di kota Negeri Lama sebesar 2,005 satuan
3. Label halal memiliki koefisien bertanda positif sebesar 3,076, menunjukkan bahwa variabel karakteristik label halal berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di kota Negeri Lama, atau dengan kata lain setiap adanya upaya penambahan sebesar satu satuan pada karakteristik label halal, maka keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di kota Negeri Lama sebesar 3,076 satuan
4. Kualitas produk memiliki koefisien bertanda positif sebesar 4,083, menunjukkan bahwa variabel karakteristik kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di kota Negeri Lama, atau dengan kata lain setiap adanya upaya penambahan sebesar satu satuan pada karakteristik kualitas produk, maka keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di kota Negeri Lama sebesar 4,083 satuan
5. Harga memiliki koefisien bertanda positif sebesar 2,747, menunjukkan bahwa variabel karakteristik harga berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di kota Negeri Lama, atau dengan kata lain setiap adanya upaya

penambahan sebesar satu satuan pada karakteristik harga, maka keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di kota Negeri Lama sebesar 2,747 satuan.

Uji Hipotesis

Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen (kualitas produk, harga, iklan) terhadap variabel dependen keputusan pembelian produk wardah di kota Negeri Lama. Berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.817	2.225		.817	.416
1 X1	2.005	2.115	.003	4.041	.027
X2	3.076	3.080	.068	4.946	.032
X3	4.083	4.100	.065	3.834	.006
X4	2.747	2.079	.733	3.462	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2020

a) Variabel Gaya Hidup (X1)

Nilai t-hitung gaya hidup adalah 4,041 dan nilai t-tabel adalah 1,984 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,041 > 1,984$), maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan ($0,027 < 0,05$) secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di kota Negeri Lama. Hal ini berarti, pada karakteristik gaya hidup, H_a diterima dan H_0 ditolak.

b) Variabel label Halal (X2)

Nilai t-hitung label halal adalah 4,946 dan nilai t-tabel adalah 1,984 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,946 > 1,984$), maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik label halal berpengaruh positif dan signifikan ($0,032 < 0,05$) secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di kota Negeri Lama. Hal ini berarti, pada karakteristik label halal, H_a diterima dan H_0 ditolak.

c) Variabel Kualitas Produk (X3)

Nilai t-hitung kualitas produk adalah 3,834 dan nilai t-tabel adalah 1,984 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,834 > 1,984$), maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan ($0,006 < 0,05$) secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di kota Negeri Lama. Hal ini berarti, pada karakteristik kualitas produk, H_a diterima dan H_0 ditolak.

d) Variabel Harga (X4)

Nilai t-hitung kualitas produk adalah 3,462 dan nilai t-tabel adalah 1,984 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,462 > 1,984$), maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik harga berpengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,05$) secara parsial terhadap keputusan

pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di kota Negeri Lama. Hal ini berarti, pada karakteristik harga, H_a diterima dan H_0 ditolak.

Hasil Uji F (Uji Regresi secara Keseluruhan)

Hasil Uji-F dilakukan untuk menguji apakah karakteristik gaya hidup (X_1), label halal (X_2), kualitas produk (X_3) dan harga (X_4) secara bersama-sama atau serempak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Kriteria pengujiannya yaitu:

$$H_0: b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$$

Artinya variabel bebas (X_1 X_2 X_3 dan X_4) yaitu variabel karakteristik gaya hidup, label halal, kualitas produk dan harga secara bersama-sama tidak berpengaruh positif terhadap variabel terikat (Y), yaitu keputusan pembelian.

$$H_a: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$$

Artinya variabel (X_1 X_2 X_3 dan X_4) yaitu variabel karakteristik gaya hidup, label halal, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y), yaitu keputusan pembelian.

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah:

H_0 diterima bila $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ pada $\alpha=5\%$

H_a diterima bila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ pada $\alpha=5\%$

Untuk menentukan nilai $F\text{-tabel}$, maka diperlukan adanya derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut dengan rumus sebagai berikut:

$$df \text{ (pembilang)} = k-1$$

$$df \text{ (penyebut)} = n - k$$

Keterangan:

k = jumlah variabel bebas dan terikat

n = jumlah sampel dalam penelitian

Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) sebanyak 100 responden dan jumlah keseluruhan variabel (k) sebanyak 5, sehingga diperoleh:

$$Df \text{ (pembilang)} = 4-1= 4$$

$$Df \text{ (penyebut)} = 100-4= 9$$

Nilai $F\text{-tabel}$ pada $\alpha= 5\%$ adalah sebesar 3,09. Sedangkan nilai $F\text{-hitung}$ akan diperoleh dengan menggunakan bantuan SPSS yang dapat dilihat pada tabel berikut:

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	417.552	4	104.388	39.478	.000 ^a
	Residual	251.198	95	2.644		
	Total	668.750	99			

a. Predictors: (Constant), X_4 , X_2 , X_3 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2020

Pada tabel dapat dilihat nilai $F\text{-hitung}$ adalah 30,478 dengan tingkat signifikan 0,000. Oleh karena itu, pada kedua perhitungannya yaitu $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ ($30,478 > 3,09$) dan tingkat signifikannya $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima H_0 ditolak, yang artinya karakteristik gaya hidup, label halal, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di kota Negeri Lama .

Koefisien Determinasi

Analisis Koefisiensi Determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen yang dinyatakan dalam persentase. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 19.0 di peroleh hasil sebagai berikut :

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.624	.609	162.610

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2020

- (1) R = 0,790 menunjukkan hubungan antara karakteristik gaya hidup (X1), label Halal (X2), kualitas produk (X3), dan harga (X4), terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 79%. Hal ini berarti bahwa karakteristik gaya hidup (X1), label Halal (X2), kualitas produk (X3), dan harga (X4) serta keputusan pembelian (Y) memiliki hubungan yang erat.
- (2) Angka R Square (R²) sebesar 0,624 menunjukkan bahwa karakteristik gaya hidup (X1), label Halal (X2), kualitas produk (X3), dan harga (X4) mampu menjelaskan keputusan pembelian (Y) sebesar 62,4%. Sedangkan sisanya sebesar 37,6% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir

Berdasarkan penelitian terhadap variabel gaya hidup, peneliti menemukan bahwa sebagian besar Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir setuju bahwa variabel gaya hidup yang diteliti dalam penelitian ini sudah cukup baik. Hal ini terlihat dari jawaban positif yang diberikan responden kuesioner yang terdiri dari 5 pernyataan mengenai variabel gaya hidup yang menggambarkan baik atau buruknya gaya hidup kosmetik Wardah pada konsumen di Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir yang diteliti. Berdasarkan hasil Uji t, variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir. Hal ini terbukti berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh nilai t-hitung untuk variabel label halal yang terdapat pada Tabel 4.13, dapat dilihat bahwa karakteristik gaya hidup dengan t-hitung sebesar 4,041 dan nilai t-tabel adalah 1,984 sehingga t-hitung > t-tabel (4,041 > 1,984) nilai signifikannya sebesar 0,027, maka dapat diartikan bahwa karakteristik gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir, Dengan demikian maka H₀ ditolak dan H_a diterima yang menyatakan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah.

Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir

Berdasarkan penelitian terhadap variabel label halal, peneliti menemukan bahwa sebagian besar Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir setuju bahwa variabel label halal yang diteliti dalam penelitian ini sudah cukup baik. Hal ini terlihat dari jawaban positif yang diberikan responden kuesioner yang terdiri dari 5 pernyataan mengenai variabel label halal

yang menggambarkan baik atau buruknya label halal kosmetik Wardah pada konsumen di Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir yang diteliti. Berdasarkan hasil Uji t, variabel label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir. Hal ini terbukti berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh nilai t-hitung untuk variabel label halal yang terdapat pada Tabel 4.13, dapat dilihat bahwa karakteristik gay hidup dengan t-hitung sebesar 4,849 dan nilai t-tabel adalah 1,984 sehingga t-hitung > t-tabel ($4,849 > 1,984$) nilai signifikannya sebesar 0,032, maka dapat diartikan bahwa karakteristik label halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir, Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menyatakan bahwa variabel label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir

Berdasarkan penelitian terhadap variabel kualitas produk, peneliti menemukan bahwa sebagian besar Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir setuju bahwa variabel kualitas produk yang diteliti dalam penelitian ini sudah cukup baik. Hal ini terlihat dari jawaban positif yang diberikan responden kuesioner yang terdiri dari 5 pernyataan mengenai variabel kualitas produk yang menggambarkan baik atau buruknya label halal kosmetik Wardah pada konsumen di Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir yang diteliti. Berdasarkan hasil Uji t, variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir. Hal ini terbukti berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh nilai t-hitung untuk variabel kualitas produk yang terdapat pada Tabel 4.13, dapat dilihat bahwa karakteristik gay hidup dengan t-hitung sebesar 4,849 dan nilai t-tabel adalah 1,984 sehingga t-hitung > t-tabel ($3,834 > 1,984$) nilai signifikannya sebesar 0,006, maka dapat diartikan bahwa karakteristik kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir, Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir

Berdasarkan penelitian terhadap variabel harga, peneliti menemukan bahwa sebagian besar Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir setuju bahwa variabel harga yang diteliti dalam penelitian ini sudah cukup baik. Hal ini terlihat dari jawaban positif yang diberikan responden kuesioner yang terdiri dari 5 pernyataan mengenai variabel harga yang menggambarkan baik atau buruknya label halal kosmetik Wardah pada konsumen di Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir yang diteliti. Berdasarkan hasil Uji t, variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir. Hal ini terbukti berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh nilai t-hitung untuk variabel kualitas produk yang terdapat pada Tabel 4.13, dapat dilihat bahwa karakteristik gay hidup dengan t-hitung sebesar 3,462 dan nilai t-tabel adalah 1,984 sehingga t-hitung > t-tabel ($3,462 > 1,984$) nilai signifikannya sebesar 0,000, maka dapat diartikan bahwa karakteristik harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir, Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah

Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kecamatan Bilah Hilir

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang disebar kepada konsumen di paju Medan diketahui bahwa sebagian besar keputusan pembelian produk kosmetik Wardah telah terpenuhi dengan baik. Hal ini terlihat dari dominasi jawaban setuju yang diberikan oleh konsumen 12 pernyataan yang mewakili variabel keputusan pembelian.

Berdasarkan uji signifikansi simultan (uji statistik F) yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh nilai Dari hasil penelitian, berdasarkan Uji-F (Uji Signifikan Simultan) yang dapat dilihat pada Tabel 4.14, variabel karakteristik gaya hidup, label halal, kualitas produk dan harga memiliki nilai F-hitung sebesar 39.478 dengan nilai F-tabel sebesar 3,09 yang artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$. Sementara untuk tingkat signifikannya adalah sebesar 0,000, yang artinya juga lebih rendah dari 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa H_a diterima yaitu variabel bebas (gaya hidup, label halal, kualitas produk dan harga) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikatnya (keputusan pembelian). Taraf signifikansi di bawah 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak yaitu variabel bebas gaya hidup, label halal, kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikatnya keputusan pembelian.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R^2) pada Tabel menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas (karakteristik gaya hidup, label halal, kualitas produk dan harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) memiliki hubungan positif yang erat. Dengan nilai R-Square (R^2) sebesar 0,624 menunjukkan bahwa karakteristik gaya hidup (X_1), label halal (X_2), kualitas produk (X_3) dan harga (X_3) mampu menjelaskan keputusan pembelian (Y) sebesar-besarnya 62,4%. Sedangkan sisanya sebesar 37,6% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. meningkatkan keputusan pembelian kosmetik Wardah pada masyarakat di Kecamatan Bilah Hilir.

Kesimpulan Dan saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Negeri lama, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

- Hasil uji koefisien determinasi sebesar adjusted R square sebesar 0,624 hal ini berarti sumbangan variabel X Gaya Hidup, Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga berperan dalam mempengaruhi setiap variabel Y keputusan pembelian sebesar 62,4%. Hal ini berarti Gaya Hidup, Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga merupakan instrumen yang mempengaruhi keputusan pembelian Kosmetik Wardah di Kota Negeri. Sedangkan 37,6% pengaruh terhadap keputusan pembelian diasumsikan dipengaruhi oleh variabel lainnya, di antaranya adalah tempat/lokasi, bukti fisik, proses dan sumber daya manusia
- Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dari gaya hidup terhadap keputusan pembelian, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Wardah kosmetik di Kota Negeri Lama kecamatan Bilah Hilir

- c. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dari label halal terhadap keputusan pembelian, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari label halal terhadap keputusan pembelian produk Wardah kosmetik dikota Negeri Lama kecamatan Bilah Hilir
- d. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah kosmetik dikota Negeri Lama kecamatan Bilah Hilir
- e. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dari harga terhadap keputusan pembelian, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari harga terhadap keputusan pembelian produk Wardah kosmetik dikota Negeri Lama kecamatan Bilah Hilir

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian , maka penulis memberikan sedikit masukan agar dapat diterimayang antara lain adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Akademik
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pembuktian keterkaitan teori gaya hidup, label halal, kualitas produk, harga dan keputusan pembelian, tindak lanjut teori tersebut dapat dibuktikan pada penelitian ini. Di harapkan dapat dijadikan sebagai salah satu sumber pengetahuan bagi mahasiswa. Serta diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan atau referensi yang cukup untuk penelitian yang lebih lanjut.
- b. Bagi perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada perusahaan untuk meningkatkan produk kosmetik Wardah diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia terutama konsumen muslim di Indonesia, oleh sebab itu perusahaan harus tetap mempertahankan kualitas dan mutu produk yang sudah baik bahkan terus menyempurnakannya untuk menjaga loyalitas pembelian yang setia pada produk kosmetik Wardah
- c. Bagi Penelitian Selanjutnya
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya, melakukan penelitian pada kosmetik lain selain kosmetik Wardah dan dapat memperluas sampel penelitian sehingga dapat memberikan penelitian yang lebih representatif.

Daftar Pustaka

- Andriani, Lilik. (2017). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Anggraeni, Zella. (2017). *Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. 1–80.
- Burhanuddin. (2011). 2011. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*. Malang: UIN-MALIKI PERS.
- Juliandri.Azuar (2013). *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi. Edisi Pertama*. Penerbit: Medan Media Inn,.

Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga

Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisike – 12. Alih Bahasa Benyamin*

- Molan. Jakarta: PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- Kotler Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Buku Dua, Edisi Pertama.*, Bandung Andy.
- Kotler Philip dan Armstrong, Gary. (2015). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan.* Jakarta: Penerbit Prenhalindo. In 2012.
- Kristanto. (2011). *Manajemen pemasaran internasional.* Jakarta: Erlangga.
- Laksana. Fajar (2010). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis, Yogyakarta Graha Ilmu,*
- Minor, Micheal. dan Moven John C. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya.* Jakarta : Erlangga.
- Pelu, Muhammad Ibnu Elmi As.(2010). *Label Halal: Antara Spiritualitas Bisnis dan Komoditas Agama,* Malang: Madani.
- Rangkuti. Freddy (2013). *Riset Pemasaran.* Gramedia Jakarta, Pustaka Utama.
- Schiffman, L. G. dan Kanuk. (2012). *Consumer Behaviour.* USA : New Jersey Prentice Hall.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen. Cetakan 4. Edisi Revisi.* Jakarta: Kencana. Kencana.
- Solomon. Michael R (2011). . *Consumer Behavior : Buying, Having and Being.* .
- Stanton. (2012). *Pengantar Pemasaran. Terjemahan.* Jakarta Erlangga.
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian.* Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Suharno. (2010). *Suharno dan Yudi Sutarso. 2010. Marketing In Practice.* Yogyakarta: Graha Ilmu ...
- Sumarwan. (2011). *Ujang, Sumarwan. 2011. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.* Bogor. Ghalia Indonesia. Ghalia Indonesia.
- Supranto. Limakrisna, N. (2011). *Supranto. Limakrisna, Nandan, 2011, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran.* Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Tarigan, E. D. S. (2014). *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.* *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 1–5.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (p. 2014). Andi Offset, .
- Umar. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Cetakan ke-6.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. PT Raja Grafindo Persada.
- Wiku. Adisasmito (2010). *Analisi Kebijakan Nasional MUI dan BPOM dalam Labeling Obat dan Makanan: Studi kasus, Fakultas Kesehatan Masyarakat Uiversitas Indonesia, 2008,* hlm.14. *Kebijakan Nasional MUI Dan BPOM Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia.* .
- Yuswohady. (2015). *Marketing to the Middle Class Muslim- Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya.* Jakarta :Penerbit Gramedia Pustaka Utama.