

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KESADARAN HALAL, DAN
ORIENTASI BAHAN KOSMETIK TERHADAP MINAT BELI PRODUK
KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



Oleh:

**ELLA RAMADHANI
2014/14059131**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Orientasi Bahan Kosmetik
Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kota Padang**

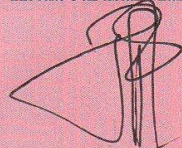
Nama : Ella Ramadhani
TM/NIM : 2014/14059131
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2018

Disetujui Oleh:

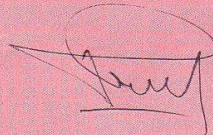
Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen



Rahmiati, SE, M.Sc
NIP. 19740825 199802 2 001

Pebimbing I



Thamrin, S. Pd, MM
NIP. 19750816 200501 1 003

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang

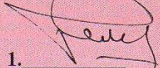
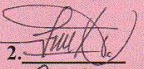
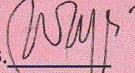
Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Orientasi Bahan Kosmetik
Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kota Padang

Nama : Ella Ramadhani
TM/NIM : 2014/14059131
Keahlian : Pemasaran
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2018

Tim Penguji

Tanda Tangan

| | | | |
|----|----------------------------|-------------|--|
| 1. | Thamrin, S.Pd, MM | (Ketua) | 1.  |
| 2. | Dr. Susi Evanita, M.S. | (Anggota 1) | 2.  |
| 3. | Whyosi Septrizola, S.E, MM | (Anggota 2) | 3.  |

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ella Ramadhani
TM/NIM : 2014/14059131
Tempat/Tanggal Lahir : Padang/17 Februari 1996
Jurusan : Manajemen S-1
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Perum.Lb.Gading Permai I blok D.14-15, Lubuk Buaya. Padang
Judul Skripsi : Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Orientasi Bahan Kosmetik Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kota Padang
No. HP : 085278667987

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni dengan gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Skripsi ini sah apabila telah ditandatangani oleh dosen pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya yang sesuai aturan yang berlaku.

Padang, Agustus 2018
Yang Menyatakan


METERAI
TEMPEL
6000
RUPIAH
66671AFF396305824

Ella Ramadhani
NIM. 14059131

ABSTRAK

Ella Ramadhani, 2014/ 14059131

Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Orientasi Bahan Kosmetik Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah pada Masyarakat Kota Padang.

Pembimbing

Thamrin, S.Pd, M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Orientasi Bahan Kosmetik terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kota Padang. Populasi di dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kota Padang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan total sampel berjumlah 152 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda dengan menggunakan SPSS versi 16.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Sertifikasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Masyarakat Kota Padang (2) Kesadaran Halal berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Masyarakat Kota Padang (3) Bahan Kosmetik berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat Beli Masyarakat Kota Padang.

Kata Kunci: Minat Beli, Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Orientasi Bahan Kosmetik.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas segala berkat dan karuniaNya penulis telah dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal dan orientasi bahan kosmetik terhadap minat beli kosmetik wardah pada masyarakat kota Padang”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikanprogram S-1 dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan dan dorongan. Sehingga pada kesempatan ini, penulis dengan segala kerendahan hati menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangan pikiran, waktu dan tenaga serta bantuan moril maupun materil khususnya kepada:

1. Bapak Thamrin, S.Pd, MM selaku pembimbing I, dengan penuh kesabaran memberikan ilmu, pengarahan, masukan serta waktu bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Susi Evanita, M.S selaku penguji I, dan Ibu Whyosi Septrizola, SE ,MM selaku penguji II yang memberikan saran, masukan dan kritikan untuk membuat skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

4. Ibu Erni Masdupi, SE, M.Si, Ph.D dan Ibu Rahmiati, S.E, M.Sc selaku Ketua dan Sekretaris Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Gesit Thabrani SE, MT selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan motivasi selama proses perkuliahan penulis.
6. Bapak dan Ibu staf perpustakaan pusat dan perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan penulis kemudahan dalam mendapatkan sumber bacaan.
7. Bapak dan Ibustaf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan ilmu dalam penulisan skripsi ini, serta kepada karyawan dan karyawan yang telah membantu di bidang administrasi.
8. Teristimewa penulis ucapkan pada kedua Orang Tuayang tidak pernah bosan memberikan doa besertadukunganmoril, materil, motivasi dan arahan demi terwujudnya cita-cita penulis.
9. Rekan-rekan seperjuangan Manajemen beserta mami angkatan 2014baik yang sudah wisuda pada periode sebelumnya, yang akan diwisuda periode sekarang maupun yang masih berjuang menyelesaikan skripsi, serta rekan-rekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan motivasi dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ni.

Semoga bantuan, bimbingan, petunjuk, arahan dan kerjasama yang diberikan tidak sia-sia di kemudian hari dan semoga mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sebuah kesempurnaan baik segi materi maupun teknik penulisan. Masih banyak hal-

halyang harus dibenahi dan oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Padang, Agustus2018

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | |
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| BAB 1 PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 5 |
| C. Pembatasan Masalah | 5 |
| D. Rumusan Masalah | 5 |
| E. Tujuan Penelitian | 6 |
| F. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB 2 KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS | |
| A. Kajian Teori | |
| 1. Teori Perilaku Konsumen | 8 |
| 2. Konsep Minat Beli | 10 |
| 3. Sertifikasi Halal | 14 |
| 4. Kesadaran Halal | 16 |
| 5. Bahan Kosmetik | 18 |
| B. Hubungan antar Variabel | 19 |
| C. Penelitian Terdahulu | 20 |
| D. Kerangka Konseptual | 20 |
| E. Hipotesis | 22 |
| BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN | |
| A. Jenis Penelitian | 23 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian | 23 |

| | |
|--|-----------|
| C. Populasi dan Sampel | 23 |
| D. Jenis dan Sumber Data | 25 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 25 |
| F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian | 26 |
| G. Instrumen Penelitian | 29 |
| H. Uji instrumen Penelitian | 29 |
| I. Teknik Analisis Data | 31 |
| BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 38 |
| B. Hasil Penelitian | 41 |
| 1. Deskripsi Karakteristik Responden | 41 |
| 2. Deskripsi Variabel Penelitian | 43 |
| 3. Analisis Data dan Pembahasan | 48 |
| a. Uji Asumsi Klasik | 48 |
| b. Analisis Regresi Berganda | 50 |
| c. Uji Kelayakan Model | 52 |
| d. Pembahasan | 55 |
| BAB 5 PENUTUP | |
| A. Simpulan | 61 |
| B. Saran | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA | 63 |
| LAMPIRAN | 65 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Survei Awal Terhadap 35 Responden | 4 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 20 |
| Tabel 3.1 Defenisis Operasional dan Indikator | 28 |
| Tabel 3.2 Alternatif Jawaban untuk Variabel Y, X1, X2, dan X3 | 29 |
| Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian | 30 |
| Tabel 3.4 Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian | 31 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Umur | 41 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan | 41 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan | 42 |
| Tabel 4.4 Deskripsi Frekuensi Variabel Minat Beli (Y) | 44 |
| Tabel 4.5 Deskripsi Frekuensi Variabel Sertifikasi Halal (X ₁) | 45 |
| Tabel 4.6 Deskripsi Frekuensi Variabel Kesadaran Halal (X ₂) | 46 |
| Tabel 4.7 Deskripsi Frekuensi Variabel Bahan Kosmetik (X ₃) | 47 |
| Tabel 4.8 Uji Normalitas (Uji Kolmogrov Smirnov) | 48 |
| Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas | 49 |
| Tabel 4.10 Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser) | 50 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Berganda | 51 |
| Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinan | 53 |
| Tabel 4.13 Uji F Statistik | 53 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial | 54 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Data Jumlah Penduduk Indonesia | 2 |
| Gambar 4.1 Kerangka Konseptual | 21 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| 1. Kuesioner Uji Coba Penelitian | 65 |
| 2. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Minat Beli (Y) | 70 |
| 3. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Sertifikasi Halal (X_1) | 71 |
| 4. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Kesadaran Halal (X_2) | 72 |
| 5. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Bahan Kosmetik (X_3) | 73 |
| 6. Hasil Pengolahan Uji Coba Instrumen Minat Beli (Y) | 74 |
| 7. Hasil Pengolahan Uji Coba Instrumen Sertifikasi Halal (X_1) | 76 |
| 8. Hasil Pengolahan Uji Coba Instrumen Kesadaran Halal (X_2) | 78 |
| 9. Hasil Pengolahan Uji Coba Instrumen Bahan Kosmetik (X_3) | 80 |
| 10. Kuesioner Penelitian | 82 |
| 11. Tabulasi Data Penelitian Variabel Minat Beli (Y) | 87 |
| 12. Tabulasi Data Penelitian Variabel Sertifikasi Halal (X_1) | 91 |
| 13. Tabulasi Data Penelitian Variabel Kesadaran Halal (X_2) | 95 |
| 14. Tabulasi Data Penelitian Variabel Bahan Kosmetik (X_3) | 99 |
| 15. Tabel TCR Variabel Minat Beli (Y) | 103 |
| 16. Tabel TCR Variabel Sertifikasi Halal (X_1) | 104 |
| 17. Tabel TCR Variabel Kesadaran Halal (X_2) | 105 |
| 18. Tabel TCR Variabel Bahan Kosmetik (X_3) | 106 |
| 19. Hasil Uji Normalitas | 107 |
| 20. Hasil Uji Heterokedastisitas | 107 |
| 21. Hasil Uji Multikolinearitas | 108 |
| 22. Hasil Pengolahan Data Koefisien Determinan (R^2) | 108 |
| 23. Hasil Pengolahan Uji Secara Simultan (Uji F) | 108 |
| 24. Hasil Pengolahan Data Regresi Berganda (Uji t) | 109 |

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai negara berkembang Indonesia menjadi pasar potensial. Fenomena tersebut menggambarkan kondisi persaingan dunia bisnis saat ini semakin ketat. Menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk bisa menciptakan suatu keunikan tersendiri diiringi penanaman citra yang positif terhadap produk yang dikeluarkan agar bisa unggul diantara para pesaing. Melihat kondisi ekonomi dan gaya hidup masyarakat Indonesia saat ini yang semakin cerdas dan selalu mencari hal-hal baru setiap waktu, pemasar harus pintar menarik perhatian konsumen dan mempertahankan pangsa pasar serta mengembangkannya agar dapat menguasai *market share*.

Jumlah penduduk Indonesia saat ini 237.641.326 orang dan 87,18% dari populasi tersebut muslim (sumber:bps.go.id). Selanjutnya dapat dilihat pada Gambar 1 berdasarkan grafik tersebut populasi penduduk muslim Indonesia merupakan pasar potensial untuk industri, baik industri manufaktur maupun industri jasa. Saat ini konsumen muslim sangat sensitif terhadap produk halal oleh karena itu perusahaan harus mampu menjamin kehalalan suatu produk.



Gambar 1. Data Jumlah Penduduk Indonesia
 Sumber: bps.go.id

Salah satu industri yang berhasil menguasai pasar domestik dan sedang berkembang pesat saat ini adalah industri kosmetik. Dalam industri kosmetik di Indonesia terdapat berbagai macam jenis produk yang beredar dipasaran. Ketika membeli suatu produk, konsumen akan membandingkan produk antara produk yang satu dengan produk yang lainnya dan akan lebih banyak memberikan perhatian pada produk yang memberikan manfaat. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki kualitas produk yang baik, agar konsumen menyukai produk yang dikeluarkan oleh perusahaan. Produk kosmetik Wardah merupakan salah satu produk andalan di Indonesia. Selama tahun 2016, kosmetik Wardah yang diproduksi PT Paragon Technology & innovation, dinobatkan sebagai merek kosmetik paling populer untuk wanita. Wardah memposisikan diri sebagai merek kosmetik yang ramah terhadap wanita dan bersertifikasi halal ([sumber,kemlu.go.id](http://sumber.kemlu.go.id)). Wardah adalah pioner dalam bidang kosmetik yang dibuat dengan bahan baku halal dan telah menginspirasi banyak perempuan di Indonesia. Wardah semakin kukuh sebagai perusahaan kosmetik halal dengan menyabet sertifikasi GMP (*Good Manufacturing Practice*) dan HAS (*Halal Assurance System*). (Sumber: KBRI Dhaka)

Menurut Shaari dan Arifin (2010) kesadaran halal merupakan tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen muslim untuk mencari dan mengkonsumsi produk halal sesuai dengan syariat Islam. Kesadaran muslim ditandai dengan adanya pengetahuan mengenai proses pembuatan dan bahan yang digunakan dalam pembuatan kosmetik sesuai dengan hukum Islam. Penelitian yang dilakukan oleh Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid(2013) menyatakan bahwa kesadaran halal bagi seorang muslim berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen terhadap suatu produk. Masih banyak konsumen di Indonesia yang tetap membeli kosmetik tanpa ada label halal yang dicantumkan pada produk tersebut .(www.republika.co.id). Hal ini berarti tingkat kesadaran halal suatu produk masih rendah di mata konsumen.

Variabel terakhir yang mempengaruhi minat beli kosmetik halal yaitu komposisi kosmetik. Menurut Direktur Lembaga Pengkajian Pangan, Obatobatan dan kosmetika-Majelis Ulama Indonesi (LPPOM MUI) *ingredient* produk kosmetik yang paling banyak digunakan dan beredar dipasar Indonesia saat ini seperti *merkuri*, hidrokinon, *asam retinoat*, serta *resorsinol* yang berasal dari bahan berbahaya bagi kesehatan konsumen yang dapat menyebabkan bintik-bintik hitam pada kulit, alergi, iritasi kulit, hingga kerusakan permanen pada saraf otak. Hal ini berarti komposisi kosmetik sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Untuk mendukung masalah di atas, dilakukan observasi mandiri kepada mahasiswi di UNP, bagaimana pendapat mereka terhadap produk kosmetik

wardah. Berikut ini adalah data survey awal pada 35 responden mahasiswa muslim di Universitas Negeri Padang:

Tabel 1.1 Survey Awal Terhadap 35 Responden

| No | Pertanyaan | Jawaban (orang) | | Presentase (%) | |
|----|--|------------------|-------|----------------|-------|
| | | Ya | Tidak | Ya | Tidak |
| 1 | Apakah anda kenal/ mengetahui produk kosmetik wardah? | 30 | 5 | 85,71 | 14,29 |
| 2 | Apakah anda berminat membeli produk kosmetik Wardah | 19 | 11 | 63,3 | 33,6 |
| 3 | Apakah anda berminat membeli produk wardah karena logo halal | 8 | 22 | 26,6 | 73,3 |
| 4 | Apakah kesadaran produk halal ini berlaku juga bagi produk konsumsi lainnya? | 14 | 16 | 46,6 | 53,3 |
| 5 | Apakah anda memperhatikan komposisi suatu produk wardah sebelum membeli | 13 | 17 | 43,3 | 56,6 |

Sumber: Data Primer, April 2018

Survey awal yang telah di lakukan terhadap 35 responden yang ada di universitas negeri padang. Dari 35 orang yang telah disurvei 30 orang di antaranya mengetahui atau kenal dengan produk Wardah, dan 5 orang lainnya tidak kenal dengan produk Wardah. Selanjutnya yang 30 orang dilanjutkan dengan pertanyaan berikutnya. Responden yang menjawab merasa berminat membeli kosmetik karena logo halal sebanyak 8 responden atau 26,6%, sedangkan yang menjawab tidak berminat membeli produk wardah karena logo halal sebanyak 22 responden atau 73,3%. Selanjut responden yang memperhatikan komposisi produk wardah sebelum membeli sebanyak 13 responden atau 43,3%, sedangkan yang menjawab tidak sebanyak 17 responden atau 56,6%. Dapat disimpulkan bahwa banyaknya responden yang menjawab tidak melihat logo halal sebelum membeli produk kosmetik dan tidak memperhatikan komposisi kosmetik sebelum membeli produk wardah.

Berdasarkan permasalahan diatas maka peneliti berniat untuk meneliti lebih dalam tentang **“Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Orientasi Bahan Kosmetik Terhadap Minat Membeli Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Kota Padang.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat didefinisikan permasalahan sebagai berikut:

1. Jumlah penduduk muslim di Indonesia sangat besar. Oleh karena itu, perlu diidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat beli konsumen muslim.
2. Para pelaku usaha bisnis kurang bisa membaca keinginan konsumen.
3. Tuntutan masyarakat terhadap produk halal semakin tinggi.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, penelitian ini terfokus pada variabel sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan kosmetik kaitannya dengan minat beli produk kosmetik Wardah pada masyarakat di Kota Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli produk kosmetik Wardah?

2. Bagaimana pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli produk kosmetik Wardah?
3. Bagaimana pengaruh bahan kosmetik terhadap minat beli produk kosmetik Wardah?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli produk kosmetik Wardah.
2. Mengetahui pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli produk kosmetik Wardah.
3. Mengetahui pengaruh bahan kosmetik terhadap minat beli produk kosmetik Wardah.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberi tambahan wawasan serta kajian mengenai faktor yang paling mempengaruhi minat beli produk halal oleh konsumen di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi media bagi peneliti untuk menambah pengalaman di bidang penelitian dan menambah pemahaman mengenai tema yang

menjadi fokus penelitian. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan peneliti untuk memperdalam pengalaman di bidang pemasaran serta implementasi atas teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan.

b. Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan informasi dan pengambilan keputusan dalam membuat atau mengembangkan strategi pemasaran produk halal.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Konsep Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen pada hakikatnya untuk memahami “mengapa melakukan dan apa yang mereka lakukan”. Schiffman dan Kanuk (2008:6) menyatakan bahwa “Studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi)”. Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2009:214), “Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka”. Selanjutnya menurut Schiffman dan Kanuk (2008:6), “Perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi”.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa: (1) sebagai kegiatan fisik dan (2) sebagai proses pengambilan keputusan. Berdasarkan beberapa definisi yang telah disebutkan diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

b. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keadaan dan situasi lapisan masyarakat dimana ia dilahirkan dan berkembang. Ini berarti konsumen berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap dan selera yang berbeda-beda, sehingga pengambilan keputusan dalam tahanan pembelian akan di pengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2008:25) terdiri dari “faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis”.

- 1) Faktor kebudayaan. Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari: budaya, subbudaya, kelas sosial.

- 2) Faktor Sosial. Selain faktor budaya, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta status sosial.
- 3) Faktor Pribadi. Faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
- 4) Faktor Psikologis. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

2. Konsep Minat Beli

a. Pengertian Minat Beli

Minat beli adalah kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilakukan. Terdapat perbedaan antara pembelian aktual dan minat pembelian. Pembelian aktual adalah pembelian yang benar-benar dilakukan oleh konsumen, maka minat pembelian adalah niat untuk melakukan pembelian pada kesempatan mendatang. Sesuatu yang pribadi yang berhubungan dengan sikap konsumen dalam mengambil keputusan pembelian pada suatu produk berdasarkan kebutuhan konsumen yang didasari dengan kebutuhan akan suatu produk dan didorong oleh proses evaluasi terhadap produk tersebut. Mengetahui keinginan konsumen dan kebutuhan konsumen tidaklah mudah konsumen harus bisa mengetahui

apa yang saja yang diinginkan oleh konsumen dan yang dibutuhkan konsumen sebelum memutuskan menghasilkan suatu produk. Mencari informasi sebanyak-banyaknya melalui konsumen akan kebutuhannya. Setiap konsumen memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, sangat tidak mudah untuk menciptakan suatu produk untuk menarik perhatian konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Kinneer dan Taylor (1995), “bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecendrungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan”. Menurut Kotler Keller (2009), “Dalam tahap evaluasi dalam proses keputusan pembelian, konsumen membentuk minat atas merek-merek dalam sekumpulan pilihan.” Konsumen juga mungkin membentuk minat untuk membeli produk yang paling disukai. Namun ada dua faktor berikut dapat berada di antara minat beli dan keputusan pembelian, yaitu:

1) Sikap orang lain.

Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal:

- a) Intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen, dan
- b) Motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.

Semakin gencar sikap negatif orang lain dan semakin dekat

orang tersebut dengan konsumen, semakin besar konsumen akan mengubah niat pembeliannya.

- 2) Faktorsituasi yang tidak terantisipasi.
- 3) Konsumen membentuk sebuah minat beli berdasarkan pada faktor-faktor seperti pendapatan keluarga, keuntungan yang diharapkan dari produk itu. Bila konsumen hampir tiba pada keputusan membeli, maka faktor-faktor situasi yang tidak terantisipasi itu dapat muncul dan mengubah niat pembelian.

Minat beli menurut Metha (1994:66) adalah kecendrungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Menurut Howard (1994) Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta seberapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Menurut Schiifman dan Kanuk (2007:25) Minat beli adalah suatu model sikap seseorang terhadap objek barang yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap golongan barang, jasa dan merek tertentu. Menurut Kotler, Bowen dan Makes (1999:156) mengenai minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan di dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat.

b. Indikator Minat Beli

Indikator Minat Beli menurut Fandy (2007), minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensial, yaitu kecenderungan untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Penting memilih kosmetik halal.
- 4) Memilih produk halal adalah ide yang baik.
- 5) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- 6) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

c. Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Nor Sara Nadia ,Muhamad Yunus. ddk (2014), minat beli dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut: “ kesadaran halal, *product ingredient, islamic brand*” sedangkan menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuhanis Abdul Aziz Sebuah dan Nyen Vui Chok (2012), minat beli

dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut: “ sertifikasi halal, kesadaran halal, dan komponen pemasaran”.

3. Sertifikasi Halal

a. Pengertian Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal (*halal certification*) adalah persoalan pokok yang berasal dari prinsip agama islam dan prosedur yang membuktikan bahwa suatu produk harus bagus, aman dan pantas untuk digunakan atau pun dikonsumsi oleh umat muslim. Sertifikasi halal menjamin keamanan suatu produk agar bisa digunakan atau dikonsumsi umat muslim.

Menurut Keputusan Menteri Agama R.I. nomor 518 menyatakan bahwa sertifikasi halal adalah fatwa tertulis yang menyatakan kehalalan suatu produk pangan yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Sertifikasi halal di Indonesia dikeluarkan resmi oleh MUI yang mengindikasikan bahwa produk sudah lolos tes uji halal. Produk yang memiliki sertifikasi halal adalah produk yang telah teruji dalam kehalalan dan bisa dikonsumsi umat muslim. Produk yang telah memiliki sertifikasi halal dibuktikan dengan pencatuman logo halal dan kemasan produk (www.halalmui.org).

Penelitian oleh Rajagopal, Ramanan, Visvanathan, dan Satapathy (2011) mengindikasikan bahwa sertifikasi halal (*halal certification*) dapat digunakan sebagai alat marketing dalam mempromosikan produk

halal. Ada bukti empiris untuk mendukung premis bahwa non-muslim prihatin tentang keamanan pangan, yang positif mempengaruhi kemungkinan sikap mereka pada produk halal (Golnaz et al.,2010).

Dalam hal ini sertifikasi halal merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

b. Indikator Sertifikasi Halal

Pada variabel sertifikasi halal indikator yang peneliti menggunakan berdasarkan Yuhanis Abdul Aziz Sebuah dan Nyen Vui Chok (2012) ada empat yaitu:

- 1) Penggunaan Logo halal merupakan item sangat penting dalam memilih produk.
- 2) Memilih produk berdasarkan logo halal.
- 3) Akan selalu berhati-hati ketika memilih produk dengan logo halal.
- 4) Sadar akan perbedaan antara logo halal asli dan tidak asli.

c. Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli

Sertifikasi halal merupakan sebuah jaminan keamanan yang menandakan suatu produk makanan dapat dikonsumsi atau tidak (Lada *et al.*,2009).. Sertifikat halal diberikan kepada perusahaan setelah produk dari perusahaan tersebut lolos uji halal oleh MUI. Hal ini memberikan wewenang bagi perusahaan untuk mencantumkan logo halal dalam kemasan produknya. Konsep halal merupakan hal yang sangat penting bagi umat muslim. Muslim akan mengonsumsi kosmetik yang halal (dijinkan) dan *toyyiban* (bermanfaat). Produk yang halal

ditandai dengan adanya sertifikat halal pada kemasan produk. Produk yang bersertifikat halal juga menandakan kebersihan, kualitas, dan higienis suatu produk. Sertifikat halal akan memberikan *image* positif berupa kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Hal ini akan selaras dengan sikap positif seorang muslim untuk lebih memilih produk bersertifikat halal dari pada produk tanpa sertifikat halal. Oleh sebab itu, sertifikat halal berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen.

4. Kesadaran Halal

a. Pengertian Kesadaran Halal

Kesadaran adalah kemampuan untuk memahami, merasakan dan menjadi sadar peristiwa dan benda-benda. Ini adalah konsep menyiratkan pemahaman dan persepsi terhadap peristiwa atau subjek. Menurut Ahmad, Abaidah, dan Yahya (2013) kesadaran halal diketahui berdasarkan mengerti tidaknya seorang muslim tentang apa itu halal, mengetahui proses nyembelihan yang benar, dan memprioritaskan makanan halal untuk mereka konsumsi. Sedangkan menurut Golnaz et al. (2010) menemukan dalam penelitian mereka bahwa kesadaran prinsip-prinsip halal dan produk makanan halal ditentukan oleh sikap positif. Bukti empiris yang disediakan oleh Lada et al (2009) dalam penelitian mereka pada produk halal menegaskan bahwa sikap yang positif berkaitan dengan niat untuk memilih produk halal. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal adalah

suatu pengetahuan seorang muslim tentang konsep halal, proses halal, dan menganggap bahwa menggunakan produk halal merupakan hal yang penting bagi dirinya.

b. Indikator Kesadaran Halal

Untuk indikator kesadaran halal peneliti merujuk kepada penelitian menurut Nor ddk (2014) ada empat yaitu:

- 1) Sadar akan halal karena kewajiban agama.
- 2) Kebersihan dan keamanan pangan.
- 3) Sangat penting mengetahui proses produk kemasan halal.
- 4) Perhatian terhadap produk makanan kemasan halal internasional.

c. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli

Kesadaran halal merupakan suatu kesadaran dari suatu individu terkait dengan isu halal. Kesadaran halal ini ditandai dengan adanya pengetahuan dari seorang muslim mengenai apa halal itu sendiri. Kesadaran umat muslim di Indonesia cenderung meningkat disertai dengan data MUI dimana produk yang didaftarkan untuk memperoleh sertifikat halal juga meningkat. Konsumen mulai mencari apa yang baik sekaligus bermanfaat bagi dirinya untuk dikonsumsi. Saat masyarakat mulai sadar bahwa kosmetik halal itu penting bagi dirinya maka hal ini akan berdampak positif terhadap minat membeli produk halal. Semakin besar tingkat pemahaman seorang muslim terhadap halal makan semakin positif juga perilaku seorang muslim tentang isu terkait halal tersebut. Hal ini juga yang mempengaruhi minat beli muslim terhadap

untuk mengkonsumsi ataupun menggunakan produk sesuai dengan aturan Islam. Hal ini juga dikemukakan oleh Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid (2014), kesadaran halal berpengaruh positif terhadap minat membeli produk kosmetik halal.

5. Bahan Kosmetik

a. Pengertian Bahan Kosmetik

Bahan kosmetik adalah bahan-bahan apa saja yang terkandung dalam produk kosmetik. Dalam perspektif islam, bahan produk dapat mencakup beberapa isu yang perlu dipertimbangkan. Isu disini termasuk isu-isu keakraban konsumen pada bahan dan kualitas serta keamanan isi kosmetik. Itulah sebabnya pengetahuan tentang bahan produk menjadi penting sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih produk. Menurut Wandel (2007) sebagian besar konsumen sangat serius untuk mengetahui apa yang mereka konsumsi dan informasi ini umumnya terdapat pada pelabelan kosmetik. Pada bagian pelabelan kosmetik inilah umumnya tercantum komposisi atau bahan-bahan apa saja yang digunakan dalam membuat kosmetik. Hal ini juga yang mempengaruhi perilaku membeli konsumen terhadap produk. Konsumen akan melihat label komposisi sebagai suatu pengetahuan untuk membeli produk atau tidak. Dalam pemikiran islam, kosmetik halal tidak hanya persoalan tentang bagian hewan yang tidak halal untuk digunakan sebagai bahan pokok untuk membuat kosmetik. Namun, ada juga kriteria tertentu yang harus dianggap seperti kosmetik

halal juga mencakup aspek keselamatan dan kualitas yang sangat terkait dengan penanganan, pengolahan, peralatan, alat bantu pengolahan, pengemasan, penyimpanan, transportasi, distribusi dan ritel (Ardayanti, Nashril & Helmi, 2013).

b. Indikator Bahan Kosmetik

Untuk indikator bahan kosmetik peneliti merujuk kepada penelitian menurut Nor Sara Nadia ,Muhamad Yunus. ddk (2014) ada empat yaitu:

- 1) Informasi tentang bahan makanan sangat penting.
- 2) Keterangan bahan pada kosmetik cenderung bahasa latin.
- 3) Bahan asing yang membuat curiga dalam hal “kehalalan”.
- 4) Bahan produk mencerminkan keamanan dan kualitas produk makanan kemasan halal.

c. Pengaruh Bahan Kosmetik Terhadap Minat Beli

Dalam pemikiran Islam kosmetik yang digunakan ke tubuh manusia haruslah halal dan *toyyiban*. Halal berarti diizinkan dan *toyyiban* berarti bermanfaat. Komposisi kosmetik yang baik akan sangat dicari oleh seorang muslim. Komposisi kosmetik ini dapat dilihat dari pelabelan kosmetik pada kemasan produk. Jika terdapat bahan-bahan kosmetik yang mencurigakan hal ini akan memberikan kewaspadaan bagi muslim untuk menolak atau membatalkan untuk membeli produk tersebut. Komposisi kosmetik menjadi pertimbangan khusus bagi muslim untuk membeli produk. Komposisi kosmetik dilihat dari sisi pengetahuan

konsumen yang akrab dengan bahan-bahan yang biasa digunakan dalam kosmetik. Semakin akrab atau semakin mengerti konsumen dengan bahan-bahan tersebut maka hal ini akan berdampak positif terhadap perilaku konsumen terhadap produk tersebut. Oleh karena itu, komposisi kosmetik berpengaruh positif terhadap minat beli.

B. Penelitian Terdahulu

| No | Penelitian dan Metode | Variabel bebas | Variabel Terikat | Hasil Penelitian |
|----|---|--|---------------------------|--|
| 1 | Ranu Nugraha, M. Kholid Mawardi dan Aniesa Samira Bafadhal (2017) Analisis Regresi Linier | Labelisasi Halal | Minat Beli | Signifikan |
| 2 | Yuli Mutiah Rambe dan Syaaad Afifuddin (2012) Analisis Regresi | Pencantuman Label Halal | Minat Beli | Signifikan |
| 3 | Hasibuan <i>et.al.</i> (2017) Analisis Regresi Berganda | Halal Label, Halal Awareness and Brand Image | <i>Intention To Buy</i> | Tidak Signifikan Tidak Signifikan Signifikan |
| 4 | Flamboyan <i>et.al.</i> (2017) Analisis Regresi | Halal Label, Attention Ingredients, Religiosity, Counterfactual Thinking | <i>Purchase Intention</i> | Tidak Signifikan Signifikan Signifikan Signifikan |
| 5 | Agung Nurcahyo dan Herry Hudrasyah | Halal Awareness, Halal Certification, dan Personal Societal Perception | <i>Purchase Intention</i> | ignifikan Signifikan Signifikan |

Sumber : Berbagai Jurnal, 2018

C. Kerangka Konseptual

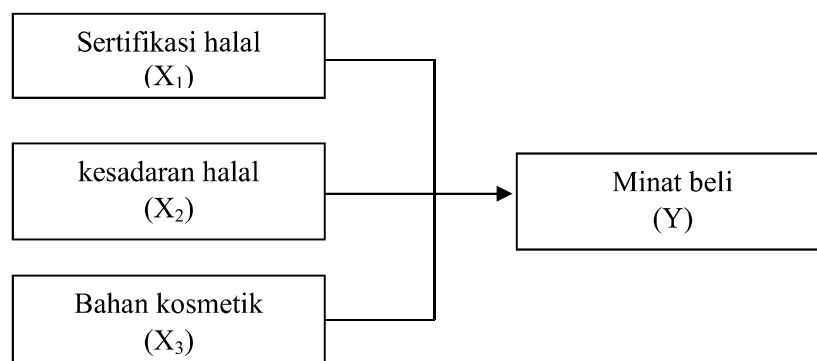
Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta seberapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Minat beli produk kosmetik Wardah

timbul karena adanya dorongan dalam diri seseorang akan kejelasan sertifikasi halal atas produk.

Sertifikasi halal (*halal certification*) menjadi persoalan pokok yang berasal dari prinsip agama islam dan prosedur yang membuktikan bahwa suatu produk harus bagus, aman dan pantas untuk digunakan atau pun dikonsumsi oleh umat muslim. Hal ini akan selaras dengan sikap positif konsumen untuk memilih produk wardah

Kesadaran halal adalah suatu pengetahuan seorang muslim tentang konsep halal, proses halal, dan menganggap bahwa menggunakan produk halal merupakan hal yang penting bagi dirinya. Hal ini juga mempengaruhi minat beli muslim dalam mengkonsumsi atau menggunakan produk wardah.

Bahan (*ingredients*) adalah bahan-bahan apa saja yang terkandung dalam produk kosmetik. Semakin akrab atau semakin mengerti konsumen dengan bahan-bahan tersebut, maka hal ini akan berdampak positif terhadap minat beli produk wardah.



Gambar 2. Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Berdasarkan konsep penelitian yang ada, maka dapat dirumuskan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Sertifikasi halal berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli kosmetik wardah pada masyarakat Kota Padang.
2. Kesadaran halal berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli kosmetik wardah pada masyarakat Kota Padang.
3. Bahan kosmetik berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli kosmetik wardah pada masyarakat Kota Padang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kausatif. Menurut Umar (2000:37), “Penelitian kausatif bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya”. Pada penelitian ini pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan kosmetik sebagai variabel bebas terhadap minat beli sebagai variabel terikat.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Untuk kepentingan penelitian tentang pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan kosmetik terhadap minat beli kosmetik wardah pada masyarakat Kota Padang agar diperoleh data yang akurat, maka tempat penelitian ini dilakukan di Kota Padang. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada tahun 2018.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Indriantoro dan Supomo (2003), “Populasi yaitu sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.” Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah masyarakat yang tinggal di Kota Padang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2014:116) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yang merupakan metode sampel non probabilitas. Menurut Sugiyono (2014:85) *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, metode ini merupakan prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang dijumpai atau diakses dengan kriteria atau pertimbangan tertentu. Kriteria yang dapat dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Merupakan masyarakat Kota Padang.
- b. Belum pernah menggunakan produk Wardah.
- c. Berjenis kelamin perempuan.
- d. Berusia mulai dari 17 tahun ke atas.

Untuk penentuan jumlah sampel menurut Widiyanto (2008), jika populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti maka dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(MOE)^2}$$

Di mana:

- n = Sampel
- Z = Nilai Z dengan tingkat keyakinan yang dibutuhkan penentuan sampel persen. Pada $\alpha = 5\%$, maka $Z = 1.96$
- MOE = *Margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, sebesar 8%.

Maka jumlah sampel sebesar:

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0.8)^2} = 150.06$$

Jika dilakukan pembulatan diperoleh jumlah sampel 151 orang. Dalam penelitian ditetapkan jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 152 orang. Jumlah responden tersebut sudah dianggap representatif karena sudah melebihi batas minimal sampel.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, merupakan sumber data penelitian yang diperoleh dari masyarakat di Kota Padang yang berminat menggunakan kosmetik wardah yang diperoleh dari responden berupa jawaban terhadap pertanyaan dalam bentuk kuesioner. Selain itu data didapatkan dari hasil observasi langsung dengan beberapa konsumen.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data dalam penelitian ini digunakan teknik sebagai berikut:

1. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.
2. Observasi, merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh data primer.

F. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat variabel dependen yaitu minat beli (Y), dan variabel independent yaitu sertifikasi halal (X_1), Kesadaran halal (X_2), bahan kosmetik (X_3).

2. Defenisi Operasional dan Indikator

Untuk memperjelas definisi operasional untuk masing-masing variabel dapat diukur sebagai berikut:

a. Minat Beli (Y)

Sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk terhadap kosmetik Wardah di Kota Padang. Indikatornya adalah:

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensial, yaitu kecenderungan untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Penting memilih kosmetik halal.
- 4) Memilih produk halal adalah ide yang baik.
- 5) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- 6) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya

dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

b. Sertifikasi halal (X₁)

Menjamin keamanan produk kosmetik Wardah agar bisa digunakan berdasarkan prinsip agama islam. Indikatornya adalah:

- 1) Penggunaan Logo halal merupakan item sangat penting dalam memilih produk.
- 2) Memilih produk berdasarkan logo halal.
- 3) Akan selalu berhati-hati ketika memilih produk dengan logo halal.
- 4) Sadar akan perbedaan antara logo halal asli dan tidak asli.

c. Kesadaran halal (X₂)

Apakah seorang muslim mengetahui tentang konsep halal. Indikatornya adalah:

- 1) Sadar akan halal karena kewajiban agama.
- 2) Kebersihan dan keamanan pangan.
- 3) Sangat penting mengetahui proses produk kemasan halal.
- 4) Perhatian terhadap produk makanan kemasan halal internasional.

d. Bahan kosmetik (X₃)

Bahan-bahan apa saja yang terkandung dalam produk kosmetik Wardah. Indikatornya adalah:

- 1) Informasi tentang bahan makanan sangat penting.

- 2) Keterangan bahan pada kosmetik cenderung bahasa latin.
- 3) Bahan asing yang membuat curiga dalam hal “kehalalan”.
- 4) Bahan produk mencerminkan keamanan dan kualitas produk makanan kemasan halal.

Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator

| No | Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Skala | Sumber |
|----|------------------------|--|---|--------|--|
| 1 | Minat Beli (Y) | Sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk terhadap kosmetik wardah | <ol style="list-style-type: none"> a. Membeli produk kosmetik wardah b. Merefereasikan produk kosmetik wardah kepada orang lain. c. Penting memilih halal d. Memilih produk yang halal adalah ide yang baik | Likert | Yuhanis Abdul Aziz Sebuah dan Nyen Vui Chok (2012) |
| 2 | Sertifikasi Halal (X1) | Menjamin keamanan produk agar bisa digunakan berdasarkan prinsip agama islam. | <ol style="list-style-type: none"> a. Penting melihat logo halal dalam memilih kosmetik b. Memilih produk berdasarkan logo halal c. Berhati-hati ketika memilih produk dengan logo halal d. Membedakan logo halal asli dengan yang tidak asli. | Likert | Yuhanis Abdul Aziz Sebuah dan Nyen Vui Chok (2012) |
| 3 | Kesadaran Halal (X2) | Apakah seorang muslim mengetahui tentang konsep halal | <ol style="list-style-type: none"> a. Halal karena kewajiban agama b. Mengetahui proses produk kemasan halal c. Produk kosmetik kemasan halal internasional | Likert | Nor Sara Nadia , Muhamad Yunus. ddk (2014) |
| 4 | Bahan Kosmetik (X3) | Bahan-bahan apa saja yang terkandung dalam produk kosmetik wardah. | <ol style="list-style-type: none"> a. informasi tentang bahan sangat penting b. istilah atau pengertian yang digunakan dalam mendeskripsikan produk kosmetik wardah sulit dipahami c. bahan asing yang membuat curiga dalam hal “kehalalan” d. bahan produk kosmetik mencerminkan keamanan dan kualitas produk kosmetik kemasan halal | Likert | Nor Sara Nadia , Muhamad Yunus. ddk (2014) |

Sumber: Berbagai Jurnal Tahun 2018

G. Instrumen Penelitian

Instrument adalah alat untuk mengumpulkan data yang dikembangkan dengan bantuan kajian teori dan definisi operasional menggunakan penjabaran indikator-indikator. Instrument penelitian yang digunakan adalah berupa kuesioner yang disusun dengan menggunakan skala *likert*. Teknik pengukuran yang ditetapkan adalah berdasarkan rangking atau peringkat, dimana responden hanya memilih salah satu dari lima alternatif yang digunakan. Untuk variabel *E-servqual* dan kepuasan konsumen, pertanyaan diberikan memiliki alternatif jawaban, yaitu:

Tabel 3.2 Alternatif Jawaban untuk variabel Minat beli, Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Kosmetik

| Pertanyaan | Bobot |
|---------------------|-------|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Kurang Setuju | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

H. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji coba validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dilakukan secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan paket komputer SPSS.

Validitas pengukuran pada penelitian ini dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation* tampilan SPSS. *Corrected Item-Total Correlation* adalah kolerasi antara item bersangkutan dengan seluruh item

sisanya lainnya. Kriteria pengujian adalah jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ berarti valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti tidak valid. Untuk $n = 30$, $r = 0,364$ menunjukkan bahwa instrumen penelitian valid.

Pada penelitian ini, penulis melakukan uji coba kepada 30 orang orang responden selama kurang 1 minggu. Setelah dilakukan uji coba terhadap 30 responden, maka didapat hasil ada 3 (tiga) item pernyataan yang tidak valid. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

| No | Variabel | No Pernyataan | Nilai CITC | Keterangan |
|----|----------------------|------------------|----------------|----------------------------|
| 1 | Minat Beli (Y) | 8 | 0,167 | Dikeluarkan |
| 2 | Kesadaran Halal (X2) | 1 5 | 0,183 0,261 | Dikeluarkan Dikeluarkan |

Sumber: Data Hasil Perhitungan dengan SPSS, 2018

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Instrumen kuesioner yang tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Menurut Priyatno (2012) “Uji reliabilitas yang banyak digunakan pada penelitian yaitu menggunakan metode *Crobach Alpha*”.

Rangkuman uji reliabilitas dari variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

| Variabel | <i>Crobach's Alpha</i> | Keputusan |
|------------------------|------------------------|-----------|
| Minat Beli (Y) | 0,776 | Reliabel |
| Sertifikasi Halal (X1) | 0,805 | Reliabel |
| Kesadaran Halal (X2) | 0,718 | Reliabel |
| Bahan Kosmetik (X3) | 0,754 | Reliabel |

Sumber: Data Hasil Perhitungan dengan SPSS, 2018

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3.4, dapat dilihat jika nilai *Cronbach's Alpha* untuk instrumen Minat Beli (Y) adalah 0,776, instrumen Sertifikasi Halal (X₁) 0,805 dan instrumen Kesadaran Halal (X₂) 0,718 sedangkan instrumen Bahan Kosmetik (X₃) adalah 0,754. Menurut Nunnally dan Ira (1994) “ Nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari ketentuan umum lebih besar dari atau sama dengan 0,70”. Dengan demikian, dapat disimpulkan semua instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel.

I. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan analisis data dengan langkah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu hasil pengolahan data kemudian dideskripsikan dengan tujuan menggunakan proporsi jawaban responden terhadap variabel penelitian. Data yang diperoleh sebelum dianalisis secara kuantitatif terlebih dahulu disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dengan perhitungan statistik deskriptif seperti menghitung mean, persentase, dan tingkat capaian responden dan kemudian melakukan interpretasi terhadap analisis ini:

a. Rata-rata skor masing-masing item

$$\bar{X}_w = \frac{\sum f_i w_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

A = Sangat Kuat/Sangat Setuju/Selalu

B = Kuat/Setuju/Sering

C = Cukup/Kurang setuju/Kadang-kadang

D = Lemah/Tidak Setuju/Jarang

E = Sangat Lemah/Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah

Menurut Arikunto (2002:245) “Total capaian responden merupakan suatu ukuran untuk menghitung masing-masing kategori jawaban dari deskriptif variabel”, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100$$

Keterangan:

TCR = Tingkat Capaian Responden

Rs = Rata-rata skor jawaban (rerata)

n = Nilai skor jawaban.

Untuk menginterpretasikan jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan, sebagai acuannya tabel kriteria pengklasifikasian rata-rata jawaban responden sebagai berikut:

- a. 80-100% = Tinggi
- b. 60-80% = Cukup
- c. 40-60% = Agak Rendah
- d. 20-40% = Rendah
- e. <20% = Sangat Rendah

2. Analisis Induktif

a. Uji Asumsi klasik

Untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan terbebas dari yang mengakibatkan hasil regresi yang diperoleh tidak *valid* dan akhirnya hasil regresi tersebut tidak dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis dan penarikan kesimpulan, maka digunakan asumsi klasik. Menurut Suliyanto (2011 : 69), ada beberapa uji asumsi klasik yang perlu diperhatikan adalah:

1. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Menurut Imam Ghozali (2011) “Alat analisis yang digunakan dalam uji ini adalah uji Kolmogorov-Smirnov dengan pedoman bahwa jika nilai uji Kolmogorov-Smirnov masing-masing variabel yang digunakan signifikan pada $\text{asympt.sig (2-tailed)} > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal”.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksesuaian variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi mengasumsikan tidak terjadinya heteroskedastisitas. Konsep heteroskedastisitas dan

homoskedastisitas didasarkan pada penyebaran variance variabel dependen di antara rentang nilai variabel independen. Masalah heteroskedastisitas terjadi ketika penyebaran tersebut tidak seimbang atau ketika variance dari distribusi probabilitas gangguan tidak konstan untuk seluruh pengamatan atas variabel independen. Untuk menguji terjadi tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji glejser dengan meregresi nilai absolut residual (ABS_RES) terhadap nilai dependen. Tingkat signifikansi dalam uji glejser $> 0,05$. Jika variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen maka indikasi terdapat problem heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

3. Uji Multikoleniaritas

Uji multikoleniaritas dilakukan untuk melihat apakah model regresi ditemukan korelasi antara variabel independent. Jika terjadi korelasi yang kuat, maka dapat dikatakan telah terjadi multikoleniaritas dalam model regresi. Baroroh (2013) menyatakan pedoman suatu model regresi yang bebas multikoleniaritas adalah:

- a. Mempunyai nilai VIF (*variance influence factor*) lebih kecil dari 10.
- b. Mempunyai angka *tolerance* mendekati 1.

3. Analisis Regresi

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2012) “Regresi Linear Berganda merupakan salah satu teknik statistik untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat”. Berikut persamaan linear berganda:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Minat beli
- a = Konstanta
- β_1 = Koefisien Regresi X1
- β_2 = Koefisien Regresi X2
- β_3 = Koefisien Regresi X3
- X1 = Sertifikasi halal
- X2 = Kesadaran halal
- X3 = Bahan kosmetik
- e = Term Error

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Menurut Ghozali (2011) “Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*cross section*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi”.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R² pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

5. Uji Simultan (Uji F)

Uji F statistik digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel penyebab terhadap variabel akibat secara bersama-sama yang dilakukan dengan program SPSS 15. Dengan kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut:

Jika koefisien Sig. < 0,05 maka H₀ diterima dan H_a ditolak.

Jika koefisien Sig. > 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

3. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t dapat digunakan untuk menguji apakah masing-masing koefisien jalur mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak. Uji t dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer melalui SPSS.

Kriteria dan uji hipotesis adalah:

Jika $\alpha < 0,05$ maka hipotesis diterima

Jika $\alpha > 0,05$ maka hipotesis ditolak. Dengan kata lain bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian hipotesis:

–jika $t_{hit} \geq t_{tab}$ atau $-t_{hit} < -t_{tab}$ maka H_0 ditolak atau sig (prob) $< \alpha =$
0.05

–jika $t_{hit} < t_{tab}$ atau $-t_{hit} \leq -t_{tab}$ maka H_0 diterima atau sig (prob) $> \alpha =$
0.05

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Industri Kosmetik

PT. Paragon Technology and Innovation berdiri pada tanggal 28 Februari 1985 dengan nama awal PT Pusaka Tradisi Ibu. Perusahaan ini baru berganti nama menjadi PT Paragon Technology and Innovation pada tahun 2011. Perusahaan ini didirikan oleh pasangan suami istri Drs. H. Subakat Hadi, M.Sc dan Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. Pada masa itu, pendiri melihat masih ada peluang yang terbuka. Perusahaan ini dimulai dengan sederhana namun sudah diusahakan dengan tata cara yang baik. PT. Pusaka Tradisi Ibu (PTI) pada awal berdirinya hanya memproduksi perawatan rambut. Pada tahun 1987, perusahaan ini mengeluarkan produk perawatan rambut dengan merk Ega yang dipasarkan ke salon-salon. Kemudian lahir produk Putri yang sampai sekarang masih diproduksi.

Tahun 1985-1990, PT. Pusaka Tradisi Ibu mengalami perkembangan pesat. Mulai dari Jabotabek, produknya mulai menyebar dan bersaing langsung dengan produk lama yang telah eksis. Mulai tahun 1990, produk salonnya dapat bersaing dengan produk eksis. Survey CIC (2002) menyebutkan bahwa *Hair Tonic* Putri adalah *hair tonic* yang paling banyak digunakan di Indonesia. Sedangkan produk perawatan rambut lainnya selalu masuk 10 besar. Seiring dengan perkembangan perusahaan,

pada bulan Desember 1990, PT. Pusaka Tradisi Ibu mendirikan pabrik produksi di Kawasan Industri Cibodas Tangerang. Pendirian pabrik yang baru ini bertujuan untuk menambah kapasitas produksi yang terus meningkat.

Pada tahun 1995, PTI mulai mengembangkan merek Wardah. Namun, belum bisa berjalan dengan baik dikarenakan rekanan manajemen yang kurang baik. PTI kembali mencoba mengembangkan Wardah pada tahun 1996 dengan tetap bekerja sama dengan agen dalam pemasarannya. Sejak itu, penjualannya mulai menanjak dan PT Pusaka Tradisi Ibu memasuki pasar tata rias (*decorative*).

Ketika krisis ekonomi 1998, banyak perusahaan sejenis yang tutup. Daya beli masyarakat anjlok sementara harga bahan baku naik sampai empat kali lipat. PTI mengambil reaksi cepat menyikapi krisis tersebut di saat pesaing-pesaing lain tidak berproduksi. Setelah melewati masa krisis selama empat bulan, PTI justru mengembangkan pasar. Pada tahun 1999-2003, PTI mengalami perkembangan kedua. Penjualan merk Wardah pada masa tersebut melonjak pesat. Pabrik lain di Kawasan Industri Jatake Tangerang didirikan dan mulai beroperasi pada tahun 2001. PTI mulai memodernisasi perusahaan pada tahun 2002-2003. Perusahaan ini mulai masuk ke pasar umum yang memerlukan perubahan dari segi internal. Selain itu, juga melalui program promosi dan membina tim promosi.

Pada tahun 2005, PT. Pusaka Tradisi Ibu sudah menerapkan *Good Manufacturing Practice (GMP)* dan Cara Pembuatan Kosmetika yang

Baik (CPKB). Sampai sekarang, di Indonesia baru 80 pabrik dari keseluruhan 760 pabrik yang sudah menerapkan CPKB. Selain itu, PTI menjadi percontohan pelaksanaan CPKB untuk industri kosmetika yang lainnya. PTI sampai dengan saat ini sudah memiliki 26 Distribution Centre (DC) hampir di seluruh wilayah Indonesia. Saat ini perusahaan ini telah memiliki DC di Malaysia.

2. Visi Misi Perusahaan

Visi

Menjadi perusahaan yang bermanfaat bagi masyarakat dan terus berkembang di berbagai bidang dengan menjadikan hari ini lebih baik dari hari kemarin.

Misi

- a. Mengembangkan karyawan yang kompeten dengan menciptakan lingkungan kerja yang baik untuk mendukung tercapainya kepuasan pelanggan.
- b. Secara berkesinambungan menyediakan produk dan jasa yang berkualitas tinggi serta memenuhi kebutuhan pelanggan melalui program pemasaran yang baik.
- c. Mengembangkan operasi perusahaan yang sehat dalam segala aspek.
- d. Terus berinovasi, menguasai ilmu, menerapkan teknologi baru, dan berinovasi demi kepuasan pelanggan.
- e. Mengembangkan berbagai unit usaha secara lateral.

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel

4.1 berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

| No | Umur (Tahun) | Jumlah (Orang) | Persentase |
|---------------|--------------|----------------|------------|
| 1 | 17-22 | 30 | 19,7 |
| 2 | 23-28 | 65 | 42,8 |
| 3 | 29-34 | 32 | 21,1 |
| 4 | 35-40 | 25 | 16,4 |
| Jumlah | | 152 | 100 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa proporsi pengelompokkan responden berdasarkan umur seperti yang tertera pada Tabel 4.1. Di mana proporsi terbesar, yaitu responden yang berumur 23-28 tahun dengan persentase sebesar 42,8 %. Sedangkan proporsi terendah, yaitu pada umur 35-40 tahun dengan persentase 16,4 atau 25 orang responden.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada

Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

| No | Pendidikan | Jumlah (Orang) | Persentase |
|---------------|------------|----------------|------------|
| 1 | SLTA/ SMA | 34 | 8,6 |
| 2 | D3 | 24 | 6,6 |
| 3 | D4/ S1 | 57 | 37,5 |
| 4 | S2 | 12 | 30,9 |
| 5 | Lainya | 25 | 16,4 |
| Jumlah | | 152 | 100 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proporsi pengelompokan responden berdasarkan pendidikan seperti yang tertera pada Tabel 4.3 di mana proporsi terbesar adalah responden dengan pendidikan D4/S1, di mana persentase responden terbesar 30,9 % atau 57 orang responden. Sedangkan proporsi terendah, yaitu responden dengan pendidikan D3 dimana persentase responden sebesar 6,6 % atau 10 orang responden.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| No | Pendidikan | Jumlah (Orang) | Persentase |
|---------------|------------|----------------|------------|
| 1 | Pelajar | 12 | 7,9 |
| 2 | Mahasiswa | 18 | 11,8 |
| 3 | PNS | 23 | 15,1 |
| 4 | Wirausaha | 42 | 27,6 |
| 5 | Lainnya | 57 | 37,5 |
| Jumlah | | 152 | 100 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proporsi pengelompokan responden berdasarkan pendidikan seperti yang tertera pada Tabel 4.3 dimana proporsi terbesar, yaitu responden dengan pendidikan Lainnya dimana persentase responden terbesar 37,5% atau 57 orang responden. Sedangkan proporsi terendah, yaitu responden dengan pendidikan Pelajar di mana persentase responden sebesar 7,9% atau 12 orang responden.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan proporsi jawaban yang diberikan oleh responden serta melihat pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal dan bahan kosmetik terhadap minat beli masyarakat Kota Padang. Penyajian data dalam penelitian ini masing-masing variabel dalam bentuk distribusi frekuensi, dimana masing-masing responden memberikan penilaian sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Hasil penelitian ini didasarkan pada isian responden yang berjumlah 152 orang.

a. Deskripsi Frekuensi Minat Beli (Y)

Distribusi frekuensi variabel Minat Beli (Y) terdiri dari 9 item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dan dapat dilihat untuk hasil olahannya dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Deskripsi Frekuensi Variabel Minat Beli (Y)

| No | Item Pernyataan | n | 100% | Skor | Rerata | TCR |
|------------------|--|-----|------|---------------|-------------|---------------|
| 1 | Saya cenderung untuk membeli produk kosmetik yang berlabel halal seperti produk Wardah. | 152 | 100% | 613 | 4,03 | 80,66% |
| 2 | Saya cenderung mereferensikan produk kosmetik yang halal seperti produk warah karena saya merasa produknya aman untuk digunakan. | 152 | 100% | 637 | 4,19 | 83,82% |
| 3 | Saya merasa produk yang halal adalah pilihan yang terbaik untuk digunakan. | 152 | 100% | 605 | 3,98 | 79,61% |
| 4 | Saya tertarik kepada produk yang cenderung melabelkan kata halal pada kemasannya. | 152 | 100% | 604 | 3,97 | 79,47% |
| 5 | Ada ketertarikan sendiri bagi saya pada kemasan produk yang berlogo halal. | 152 | 100% | 637 | 4,19 | 83,82% |
| 6 | Saya lebih cenderung memilih produk yang berlogo halal melainkan produk yang tidak berlogo halal. | 152 | 100% | 634 | 4,17 | 83,42% |
| 7 | Setiap saya ingin membeli kosmetik saya akan mengutamakan produk yang berlogo halal. | 152 | 100% | 575 | 3,78 | 75,66% |
| 8 | Sebagian besar kosmetik saya merupakan produk yang berlogo halal. | 152 | 100% | 579 | 3,81 | 76,18% |
| 9 | Saya sangat menyukai produk Wardah karena telah teruji secara halal. | 152 | 100% | 626 | 4,12 | 82,37% |
| Rata-rata | | | | 612,22 | 4,03 | 80,56% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa TCR atau total capaian responden dari variabel minat beli secara keseluruhan adalah 80,56. Hal ini menyatakan dalam penelitian ini variabel minat beli memiliki kriteria kategori tinggi, dengan skor rata-rata sebesar 4,03.

b. Deskripsi Frekuensi Sertifikasi Halal (X_1)

Distribusi frekuensi variabel sertifikasi halal (X_1) terdiri dari 12 item pernyataan untuk hasil olahannya dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 Deskripsi Frekuensi Variabel Sertifikasi Halal (X₁)

| No | Item Pernyataan | n | 100% | Skor | Rerata | TCR |
|------------------|--|-----|------|---------------|-------------|---------------|
| 1 | Bagi saya sangatlah penting melihat logo halal dalam pemilihan kosmetik. | 152 | 100% | 607 | 3,99 | 79,87% |
| 2 | Saya cenderung memilih produk berdasarkan logo halal. | 152 | 100% | 645 | 4,24 | 84,87% |
| 3 | Saat ini saya lebih cenderung dalam memilih produk yang berlogo halal. | 152 | 100% | 626 | 4,12 | 82,37% |
| 4 | Saya berusaha membedakan produk yang berbahan halal dengan produk lain. | 152 | 100% | 614 | 4,04 | 80,79% |
| 5 | Saya sering mencari informasi mengenai perbedaan logo halal yang asli dengan yang palsu. | 152 | 100% | 609 | 4,01 | 80,13% |
| 6 | Bagi saya memperhatikan sertifikasi halal sangatlah penting untuk semua produk terutama produk kosmetik. | 152 | 100% | 608 | 4,00 | 80,00% |
| 7 | Saya lebih tertarik menggubakan produk yang berlogo halal. | 152 | 100% | 659 | 4,34 | 86,71% |
| 8 | Saya cenderung memilih kosmetik yang berlogo halal seperti produk kosmetik Wardah. | 152 | 100% | 643 | 4,23 | 84,61% |
| 9 | Bagi saya sertifikasi halal bagi sebuah produk sangatlah penting. | 152 | 100% | 562 | 3,70 | 73,95% |
| 10 | Saya telah menggunakan produk kosmetik yang bersertifikasi halal sejak lama. | 152 | 100% | 569 | 3,74 | 74,87% |
| 11 | Bagi saya produk kosmetik Wardah merupakan produk yang telah teruji ke halalannya. | 152 | 100% | 534 | 3,51 | 70,26% |
| 12 | Bagi saya sertifikasi halal tidak hanya dari logo nya saja tapi juga dari bahan yang digunakan. | 152 | 100% | 621 | 4,09 | 81,71% |
| Rata-rata | | | | 608,08 | 4,00 | 80,01% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat dilihat bahwa TCR atau total capaian responden dari variabel minat beli secara keseluruhan adalah 80,01. Hal ini menyatakan dalam penelitian ini variabel minat beli memiliki kriteria kategori tinggi, dengan skor rata-rata sebesar 4,00.

c. Deskripsi Frekuensi Kesadaran Halal (X_2)

Distribusi frekuensi kesadaran halal (X_2) terdiri dari 12 item pernyataan untuk hasil olahannya dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6 Deskripsi Frekuensi Variabel Kesadaran Halal (X_2)

| No | Item Pernyataan | n | 100% | Skor | Rerata | TCR |
|-----------|---|-----|------|--------|--------|--------|
| 1 | Saya sadar bahwa kosmetik Wardah telah teruji secara halal. | 152 | 100% | 595 | 3,91 | 78,29% |
| 2 | Saya mencari tahu bahan-bahan kosmetik yang berbahan halal yang aman digunakan. | 152 | 100% | 652 | 4,29 | 85,79% |
| 3 | Sebagai konsumen yang cerdas saya selalu membaca bahan-bahan apa saya yang terkandung pada suatu produk. | 152 | 100% | 648 | 4,26 | 85,26% |
| 4 | Saya sadar bahwa produk kosmetik Wardah adalah produk yang sangat aman dan telah teruji. | 152 | 100% | 611 | 4,02 | 80,39% |
| 5 | Saya sangat antusias mengetahui proses produk kemasan halal. | 152 | 100% | 647 | 4,26 | 85,13% |
| 6 | Saya sangat sadar bahwa produk yang berlogo halal adalah pilihan terbaik. | 152 | 100% | 629 | 4,14 | 82,76% |
| 7 | Sebagai konsumen yang beragama islam saya sangat memilah-milah produk yang ingin saya gunakan, pilihan saya adalah produk yang berlogo halal. | 152 | 100% | 605 | 3,98 | 79,61% |
| 8 | Saya sadar produk kosmetik Wardah mengandung bahan-bahan yang sudah jelas halal-halalnya. | 152 | 100% | 622 | 4,09 | 81,84% |
| 9 | Saya cenderung memilih produk kosmetik yang berlogo halal dari pada kosmetik yang tidak memiliki logo halal. | 152 | 100% | 603 | 3,97 | 79,34% |
| 10 | Saya menyadari bahwa kosmetik yang berlogo halal adalah pilihan terbaik untuk digunakan. | 152 | 100% | 623,56 | 4,10 | 82,05% |
| Rata-rata | | | | 623,56 | 4,10 | 82,05% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat dilihat bahwa TCR atau total capaian responden dari variabel minat beli secara keseluruhan adalah 82,05. Hal ini menyatakan dalam penelitian ini variabel minat beli memiliki kriteria kategori tinggi, dengan skor rata-rata sebesar 4,10.

d. Deskripsi Frekuensi Bahan Kosmetik (X_3)

Distribusi frekuensi bahan kosmetik (X_3) terdiri dari 9 item pernyataan untuk hasil olahannya dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.7 Deskripsi Frekuensi Variabel Bahan Kosmetik (X_3)

| No | Item Pernyataan | n | 100% | Skor | Rerata | TCR |
|-----------|---|-----|------|--------|--------|--------|
| 1 | Sebelum menggunakan kosmetik sangatlah penting bagi saya mengetahui bahan dari kosmetik tersebut. | 152 | 100% | 593 | 3,901 | 78,03% |
| 2 | Saya merasa bahan-bahan yang terkandung di dalam kosmetik Wardah sangat aman untuk digunakan sehari-hari. | 152 | 100% | 654 | 4,303 | 86,05% |
| 3 | Saya percaya bahan-bahan yang terkandung di dalam kosmetik adalah gambaran baik dan buruk nya suatu kosmetik. | 152 | 100% | 654 | 4,303 | 86,05% |
| 4 | Saya merasa tidak semua kosmetik yang berlogo halal memiliki haban-bahan yang aman. | 152 | 100% | 622 | 4,092 | 81,84% |
| 5 | Saya selalu menggunakan kosmetik yang terbuat dari bahan-bahan non alkohol atau halal. | 152 | 100% | 661 | 4,349 | 86,97% |
| 6 | Menurut saya bahan-bahan yang terkandung di dalam kosmetik sebaiknya dari bahan-bahan yang halal. | 152 | 100% | 648 | 4,263 | 85,26% |
| 7 | Bagai saya kosmetik yang terkandung pada produk kosmetik Wardah adalah bahan-bahan halal. | 152 | 100% | 618 | 4,066 | 81,32% |
| 8 | Saya percaya bahwa kosmetik berbahan halal adalah pilihan terbaik dalam penggunaan kosmetik sehari-hari. | 152 | 100% | 623 | 4,099 | 81,97% |
| 9 | Bagi saya bahan pada kosmetik merupakan salah satu hal yang penting untuk diperhatikan dari segi kehalalnya. | 152 | 100% | 603 | 3,967 | 79,34% |
| Rata-rata | | | | 630,67 | 4,149 | 82,98% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat dilihat bahwa TCR atau total capaian responden dari variabel minat beli secara keseluruhan adalah 82,98. Hal ini menyatakan dalam penelitian ini variabel minat beli memiliki kriteria kategori tinggi, dengan skor rata-rata sebesar 4,149.

3. Analisis Data dan Pembahasan

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Tabel 4.8 berikut memperlihatkan hasil uji normalitas menggunakan aplikasi SPSS versi 16. Berikut ini adalah tabel uji normalitas:

Tabel 4.8 Uji Normalitas (Uji *Kolmogorov Smirnov*)

| | | <i>Understandardized Residual</i> |
|--------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|
| N | | 152 |
| <i>Normal Parameters^a</i> | <i>Mean</i> | 0,0000000 |
| | <i>Std. Deviation</i> | 2.982547810,085 |
| <i>Most Extreme Differences</i> | <i>Absolute</i> | 0,049 |
| | <i>Positive</i> | 0,027 |
| | <i>Negative</i> | -0,049 |
| <i>Kolmogrov-Smirnov Z</i> | | 0,605 |
| <i>Asymp. Sig (2-tailed)</i> | | 0,858 |

Sumber: Data Hasil Perhitungan dengan SPSS, 2018

Pengujian normalitas pada Tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa hasil uji nilai signifikan sebesar 0,858. Dengan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian sudah terdistribusi normal karena nilai signifikansi (lihat nilai *Asymp.sig*) dari uji normalitas besar dari 0,05.

2) Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antar variabel bebas. Menurut Suliyatno (2011) “Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas”. Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *Varians Inflation Factor (VIF)* dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika angka *tolerance* di atas 0,1 dan $VIF < 10$ dikatakan tidak ada gejala multikolinearitas.
- b) Jika angka *tolerance* di bawah 0,1 dan $VIF > 10$ dikatakan terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas

| Model | Collinearity Statistic | |
|-------------------|------------------------|-------|
| | Tolerance | VIP |
| Sertifikasi Halal | 0,809 | 1,236 |
| Kesadaran Halal | 0,850 | 1,177 |
| Bahan Kosmetik | 0,703 | 1,423 |

Sumber: Data Hasil Perhitungan dengan SPSS, 2018

Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* Variabel Bebas $> 0,1$. Kemudian nilai VIF Variabel Bebas < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari

satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam regresi, salah satu asumsi yang harus dipenuhi adalah bahwa varians residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain tidak memiliki pola tertentu. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 4.10 Uji Heterokedastisitas (Uji *Glejser*)

| Model | T | Sig. |
|-------------------|--------|-------|
| (Constanta) | -0,371 | 0,711 |
| Sertifikasi Halal | 1,087 | 0,279 |
| Kesadaran Halal | -0,636 | 0,526 |
| Bahan Kosmetik | 1,099 | 0,274 |

Sumber: Data Hasil Perhitungan dengan SPSS, 2018

Berdasarkan output pada Tabel 4.10 diketahui nilai signifikansi variabel Sertifikasi Halal (X_1) sebesar 0,279, Kesadaran Halal (X_2) sebesar 0,526 dan hal yang sama juga pada variabel Bahan Kosmetik (X_3) sebesar 0,274 dan ketiga variabel tersebut memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 artinya tidak terjadi heterokedastisitas pada variabel X_1 , X_2 dan X_3 .

b. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis hubungan antara satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Hasil olahan regresi dapat dilihat pada Tabel 4.11 di bawah ini:

Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Berganda

| Model | <i>Unstandardized</i> | | <i>Standardized</i> | T | Sig. |
|-------------------------------------|-----------------------|-------------------|---------------------|-------|-------|
| | B | <i>Std. Error</i> | Beta | | |
| 1 (Constant) | 18,957 | 3,354 | | 5,652 | 0,000 |
| Sertifikasi Halal (X ₁) | 0,125 | 0,062 | 0,168 | 2,023 | 0,045 |
| Kesadaran Halal (X ₂) | 0,210 | 0,056 | 0,302 | 3,734 | 0,000 |
| Bahan Kosmetik (X ₃) | 0,077 | 0,079 | 0,087 | 0,973 | 0,332 |

Sumber: Data Hasil Perhitungan dengan SPSS, 2018

Berdasarkan hasil yang terdapat pada tabel 4.11 di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda model 1 sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 18,957 + 0,125 X_1 + 0,210 X_2 + 0,077 X_3$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat dibaca bahwa:

- Besaran nilai yang konstan diperoleh sebesar 18,957 menunjukkan, tanpa adanya variabel sertifikasi halal (X₁), kesadaran halal (X₂), dan bahan kosmetik (X₃) maka minat beli (Y) sebesar 18,957.
- Variabel sertifikasi halal memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,125 dengan signifikan 0,045 < 0,05 hal ini mengidentifikasi bahwa setiap peningkatan variabel sertifikasi halal (X₁), maka akan mengakibatkan peningkatan minat beli sebesar 0,125 satuan.
- Variabel kesadaran halal (X₂) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,210 dengan signifikan 0,000 < 0,05 hal ini mengidentifikasi bahwa setiap peningkatan variabel kesadaran halal (X₂), maka akan mengakibatkan peningkatan minat beli sebesar 0,210 satuan.

- d. Variabel bahan kosmetik (X_3) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,077 dengan signifikan $0,332 < 0,05$ hal ini mengidentifikasi bahwa setiap peningkatan variabel bahan kosmetik (X_3), maka akan mengakibatkan peningkatan keputusan berinvestasi sebesar 0,077 satuan.

Persamaan di atas menunjukkan hubungan antar variabel. Hubungan yang tercipta antara variabel sertifikasi halal (X_1), kesadaran halal (X_2), dan bahan kosmetik (X_3) terhadap minat beli (Y) yaitu signifikan positif, yang berarti ketika variabel sertifikasi halal (X_1), kesadaran halal (X_2), dan bahan kosmetik (X_3) meningkat, minat beli (Y) akan mengalami peningkatan.

c. Uji Kelayakan Model

1) Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan proporsi yang diterangkan oleh variabel bebas dalam model terhadap variabel terikatnya, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model, formulasi model yang keliru dan kesalahan eksperimen. Pada penelitian ini hasil uji koefisien derterminasi (R^2) dapat dilihat pada Tabel 4.12 di bawah ini:

Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinan (R^2)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 0,418 | 0,175 | 0,158 | 3,013 |

Sumber: Data Hasil Perhitungan dengan SPSS, 2018

Tabel 4.12 terlihat bahwa nilai *adjusted R²* yang diperoleh sebesar 0,175. Artinya, keputusan berinvestasi dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya, yaitu sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan halal sebesar 17,5%. Sisanya 82,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

2) Uji F Statistik

Uji F statistik pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Setelah F hitung regresi ditemukan hasilnya kemudian dibandingkan dengan F_{Tabel} dan untuk menentukan nilai F_{Tabel}, tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar $\alpha=5\%$ dengan derajat kebebasan $df=(n-k)$.

Tabel 4.13 Uji F Statistik

| Model | Sum of Square | Df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|---------------|-----|-------------|--------|--------------------|
| Regression | 284,233 | 3 | 94,744 | 10,439 | 0,000 ^a |
| Residual | 1343,234 | 148 | 9,076 | | |
| Total | 1627,467 | 151 | | | |

Sumber: Data Hasil Perhitungan dengan SPSS, 2018

Tabel 4.13 mengindikasikan bahwa nilai *F* hitung sebesar 10,439 dengan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama

antara semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model ini layak untuk diuji.

3) Uji Hipotesis (Uji t)

Uji parsial (Uji-t) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen yang terdiri dari: sertifikasi, kesadaran halal, dan bahan kosmetik dalam menerangkan variabel dependen yaitu minat beli secara parsial. Berdasarkan hasil perhitungan nilai t-hitung dan signifikansinya diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial

| Model | t-hitung | Sig. |
|-------------------|-----------------|-------------|
| (Constanta) | 5,652 | 0,000 |
| Sertifikasi Halal | 2,023 | 0,048 |
| Kesadaran Halal | 3,734 | 0,000 |
| Bahan Kosmetik | 0,973 | 0,332 |

Sumber: Data Hasil Perhitungan dengan SPSS, 2018

a. Hipotesis Pertama

Berdasarkan hipotesis pertama yaitu dimana Sertifikasi Halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat Kota Padang. Hasil uji yang didukung oleh nilai signifikan sebesar $0,048 < 0,05$. Berarti dapat disimpulkan bahwa variabel Sertifikasi Halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat Kota Padang.

b. Hipotesis Kedua

Berdasarkan hipotesis kedua yaitu dimana Kesadaran Halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat Kota Padang. Hasil uji yang didukung oleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berarti dapat disimpulkan bahwa variabel Kesadaran Halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat Kota Padang.

c. Hipotesis Ketiga

Berdasarkan hipotesis ketiga yaitu dimana bahan kosmetik berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli masyarakat Kota Padang. Hasil uji yang didukung oleh nilai signifikan sebesar $0,332 < 0,05$. Berarti dapat disimpulkan bahwa variabel bahan kosmetik berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli masyarakat Kota Padang.

d. Pembahasan

1) Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil penelitian ini, pada pengujian hipotesis yang dilakukan bahwa sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat Kota Padang. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat sertifikasi halal memiliki koefisien regresi sebesar 0,125 yang memiliki pengaruh atau arah yang positif terhadap minat beli dan memiliki nilai signifikansi $0,045 < 0,05$. Dengan nilai koefisien sebesar 0,125 dan signifikansi 0,045. Hal

ini mengindikasikan bahwa sertifikasi memberikan *image* positif berupa kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.

Hal ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2008) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen salah satunya adalah faktor psikologis. Faktor psikologi yang dimaksud adalah pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu: motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nor Sara Nadia ,Muhamad Yunus. ddk (2014), minat beli dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut: “kesadaran halal, *product ingredient, islamic brand*” sedangkan menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuhanis Abdul Aziz Sebuah dan Nyen Vui Chok (2012), minat beli dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut: “sertifikasi halal, kesadaran halal, dan komponen pemasaran”.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kota Padang dalam minat beli produk kosmetik Wardah dipengaruhi oleh faktor sertifikasi halal.

2) Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil penelitian ini, pada pengujian hipotesis yang dilakukan bahwa kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat Kota Padang. Berdasarkan hasil

penelitian dapat dilihat kesadaran halal memiliki koefisien regresi sebesar 0,210 yang memiliki pengaruh atau arah yang positif terhadap keputusan berinvestasi dan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan nilai koefisien sebesar 0,210 dan signifikansi 0,000, hal ini mengindikasikan bahwa kesadaran halal masyarakat Kota Padang mengalami peningkatan, maka minat beli akan cenderung lebih baik.

Kesadaran halal merupakan suatu kesadaran dari suatu individu terkait dengan isu halal. Kesadaran halal ini ditandai dengan adanya pengetahuan dari seorang muslim mengenai apa halal itu sendiri. Kesadaran umat muslim di Indonesia cenderung meningkat disertai dengan data MUI, di mana produk yang didaftarkan untuk memperoleh sertifikat halal juga meningkat. Konsumen mulai mencari apa yang baik sekaligus bermanfaat bagi dirinya untuk dikonsumsi. Saat masyarakat mulai sadar bahwa kosmetik halal itu penting bagi dirinya maka hal ini akan berdampak positif terhadap minat membeli produk halal. Semakin besar tingkat pemahaman seorang muslim terhadap halal maka semakin positif juga perilaku seorang muslim tentang isu terkait halal tersebut. Hal ini juga yang mempengaruhi minat beli muslim terhadap untuk mengkonsumsi ataupun menggunakan produk sesuai dengan aturan Islam. Oleh karena itu, kesadaran halal berpengaruh positif terhadap minat membeli produk kosmetik

halal. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid (2014)

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid (2013) menyatakan bahwa kesadaran halal bagi seorang muslim berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen terhadap suatu produk. Masih banyak konsumen di Indonesia yang tetap membeli kosmetik tanpa ada label halal yang dicantumkan pada produk tersebut [.\(www.republika.co.id\)](http://www.republika.co.id). Hal ini berarti tingkat kesadaran halal suatu produk masih rendah di mata konsumen.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kota Padang dalam minat beli produk kosmetik Wardah dipengaruhi oleh faktor kesadaran halal.

3) Pengaruh Bahan Kosmetik terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil penelitian ini, pada pengujian hipotesis yang dilakukan bahwa bahan kosmetik berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli masyarakat Padang. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahan kosmetik memiliki koefisien regresi sebesar 0,077 yang memiliki pengaruh atau arah yang positif terhadap minat beli dan memiliki nilai signifikansi $0,332 > 0,05$. Dengan nilai koefisien sebesar 0,077 dan signifikansi 0,332. Hal ini mengindikasikan bahwa bahan kosmetik masyarakat

Kota Padang berpengaruh tidak signifikan namun berpengaruh positif.

Bahan kosmetik adalah bahan-bahan apa saja yang terkandung dalam produk kosmetik. Dalam perspektif Islam, bahan produk dapat mencakup beberapa isu yang perlu dipertimbangkan. Isu disini termasuk isu-isu keakraban konsumen pada bahan dan kualitas serta keamanan isi kosmetik. Oleh karena itu pengetahuan tentang bahan produk menjadi penting sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih produk. Menurut Wandel (2007), sebagian besar konsumen sangat serius untuk mengetahui apa yang mereka konsumsi dan informasi ini umumnya terdapat pada pelabelan kosmetik. Pada bagian pelabelan kosmetik inilah umumnya tercantum komposisi atau bahan-bahan apa saja yang digunakan dalam membuat kosmetik. Hal ini juga yang mempengaruhi perilaku membeli konsumen terhadap produk.

Namun pada kenyataannya masih banyak konsumen yang tidak begitu memperhatikan dengan teliti apa-apa saja bahan yang terkandung di dalam sebuah produk terutama pada kosmetik. Sebagian dari mereka hanya memperhatikan dari segi merek/ logo halal saja dan tidak jarang konsumen yang telah percaya dengan label halalnya saja dan lupa untuk memperhatikan bahan-bahan yang terkandung pada produk kosmetik yang dipakainya. Bahkan jika ada dari konsumen yang ingin memperhatikan bahan-bahan

yang terkandung pada produk tersebut, mereka akan terkendala dengan penulisan bahan-bahan kosmetik yang memang sebagian besar bertulisan latin, sehingga sulit dimengerti oleh masyarakat awam. Jadi, tidak heran memang mayoritas dari masyarakat Kota Padang kurang memperhatikan bahan-bahan yang terkandung pada sebuah produk kosmetik. Dengan demikian di dalam penelitian ini didapatkanlah bahan kosmetik berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli masyarakat Kota Padang.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pendahuluan, kajian teori dan pengolahan data serta pembahasan terkait hasil pengolahan data yang telah dikaji pada bab terdahulu, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat Kota Padang. Hal ini mengindikasikan bahwa sertifikasi memberikan *image* positif berupa kepercayaan konsumen terhadap produk kosmetik.
2. Kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat Kota Padang. Hal ini mengindikasikan bahwa kesadaran halal masyarakat Kota Padang mengalami peningkatan, maka minat beli akan cenderung lebih baik.
3. Bahan kosmetik berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli masyarakat Kota Padang. Hal ini mengindikasikan bahwa bahan kosmetik masyarakat Kota Padang berpengaruh tidak signifikan namun berpengaruh positif.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kesadaran Halal

Produsen kosmetik sebaiknya selalu mencantumkan seluruh bahan-bahan pembuatan kosmetik pada kemasan. Kemudian sebagai konsumen sebaiknya antusias dalam mencari tahu bahan-bahan kosmetik yang

berbahan halal yang aman digunakan dan membaca bahan-bahan yang terkandung pada produk. Memilih produk kosmetik yang memiliki logo halal serta sadar bahwa kosmetik Wardah telah teruji secara halal.

2. Sertifikasi Halal

Produsen kosmetik sebaiknya telah memiliki sertifikasi halal pada produk kosmetiknya dan memberi logo halal sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen. Kemudian bagi konsumen sebaiknya meningkatkan kesadaran bahwa sertifikasi halal bagi sebuah produk sangatlah penting dan produk kosmetik Wardah merupakan produk yang telah teruji ke halalannya .

3. Orientasi Bahan Kosmetik

Produsen kosmetik sebaiknya hanya memproduksi kosmetik dari bahan-bahan yang non alkohol dan halal. Kemudian sebagai konsumen sebelum menggunakan kosmetik sangatlah penting untuk mengetahui bahan dari kosmetik yang akan digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, Y. & Vui, C. N. 2013. "The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non-Muslim's purchasing intention". *Paper presented at 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding, 1819-1830*
- Affuddin, Syaad dan Yuli.M Rambe. 2012. "Pengaruh Label Halal Pada Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Mahasiswa Universitas Al Washliyah Medan". *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Vol.1 No 1 Desember 2012*
- Ardyanti, A., Nashril, T. T. A, & Helmi, A. (2013). "A Study on Halal Food Awareness among Muslim Customers in Klang Valley". *4th International Conference on Business and Economic Research, Bandung, Indonesia, paper 1073.*
- Danang Waskito. 2015. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Studi Pada Mahasiswa Muslim Di Yogyakarta". *Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.*
- Fandy, Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Flamboyan, Firgosti.dkk. 2017. "Halal Label, Attention Ingredients, Religiosity, Counterfactual Thinking on Purchase Intention Liang Teh". *international Journal of Innovative Research in Science, Engginering and Technology. Vol 6. No. 4. Hal. 5101-5111*
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Golnaz, R., Zainalabidin, M., Mad Nasir, S., & Eddie Chiew, F. C. (2010). "Non-Muslims' awareness of halal principles and related food products in Malaysia". *International Food Research Journal, 17, 667-674.*
- Indriantoro, Nur, dan Supomo Bambang. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE
- Kotler., Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid II, Ed 12, Jakarta, Indeks Media
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, Edisi 12. Jakarta : PT Indeks.
- Lada, S., Tanakinjal, H. G., & Amin, H. (2009). "Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action". *International Journal Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 2(1), 66-76.*

- Luthfi, B. A., & Imam, S. (2010). "Marketing impact of halal labeling toward Indonesian muslim consumer"s behavioral intention based on Ajzen"s planned behavior theory: Policy capturing studies on five different product categories". *Proceedings of the fifth International Conference on Business and Management Research*.
- Nugraha, Ranu.dkk. 2017. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen". *Jurnal Administrasi dan Bisnis*. Vol 50. Hlm. 113-120
- Rajagopal, S., Ramanan, S., Visvanathan, R., & Satapathy, S. (2011). Halal certification:Implication for marketers in UAE. *Journal of Islamic Marketing*, 2(2),138–153.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer behavior (8th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. and Kanuk, L. (2008), *Consumer Behavior, 9th ed.*, Prentice-Hall, New York, NY,p. 394.
- Simamora, Bilson.2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*.Jakarta:Gramedia PustakaUtama.
- Sugiyono. (2014). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sukesti, Fatmasari. Dan Mamdukh, Budiman. 2014. "The Influence Halal Label and Personal Religioustity on Purchase Decision on Food Products in Indonesia". *International Journal of Business, Economics and Law*. Vol 4. No. 1 .Hlm 150-153
- Yunuz M., Rashid W., Ariffin M., & Rasyid M. (2014). Muslim"s PurchaseIntention Towards Non-Muslim"s Halal Packaged Food Manufacturer.Procedia - Social And Behavioral Sciences. 145 – 154.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Uji Coba Penelitian

Dengan Hormat,

Saya adalah mahasiswa Strata satu dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Saya sedang melakukan penelitian dengan judul ” **Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Orientasi Bahan Kosmetik Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah Masyarakat Kota Padang.**

Saya mengundang Bapak/ Ibu untuk berpartisipasi dalam survei ini. Saya menyadari bahwa waktu Bapak/ Ibu sangat berharga, tapi waktu yang Bapak/ Ibu luangkan untuk menjawab kuesioner ini akan sangat bernilai tidak hanya untuk peneliti, tapi juga kepada semua pihak yang berkepentingan untuk meneliti Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Orientasi Bahan Kosmetik Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah Masyarakat Kota Padang.

Jawaban Bapak/ Ibu akan sepenuhnya dirahasiakan. Kami tidak akan membuka jawaban Bapak/ Ibu secara perorangan kepada pihak manapun. Jika Bapak/ Ibu mempunyai pertanyaan mengenai kuesioner ini, mohon hubungi saya melalui HP. 089621710745

Saya sangat menghargai dan berterima kasih sekali atas kesediaan Bapak/ Ibu untuk membantu saya dalam penelitian ini.

Padang, Juli 2018

Hormat saya,

Ella Ramadhani

NIM. 140590131

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KESADARAN HALAL, DAN
ORIENTASI BAHAN KOSMETIK TERHADAP MINAT BELI PRODUK
KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT KOTA PADANG**

Isilah dengan singkat dan jelas berdasarkan identitas Saudari dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan.

Nama Responden : (*Boleh dikosongkan*)

Usia : Tahun

Pendidikan : SMA/SMK D3
 D4/S1 S2
 Lainnya

Pekerjaan : Pelajar Mahasiswa
 PNS Wirausaha
 Lainnya

Keterangan :

1. STS = Sangat Tidak Setuju
2. TS = Tidak Setuju
3. N = Netral
4. S = Setuju
5. SS = Sangat Setuju

| No | Keterangan | STS | TS | N | S | SS |
|-----------------------|---|-----|----|---|---|----|
| Minat Beli (Y) | | | | | | |
| 1. | Saya cenderung untuk membeli produk kosmetik yang berlabel halal seperti produk Wardah. | | | | | |
| 2. | Saya cenderung mereferensikan produk kosmetik yang halal seperti produk warah karena saya merasa produknya aman untuk dignakan. | | | | | |
| 3. | Saya merasa produk yang halal adalah | | | | | |

| | | | | | | |
|-------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| | pilihan yang terbaik untuk digunakan. | | | | | |
| 4. | Saya tertarik kepada produk yang cenderung melabelkan kata halal pada kemasannya. | | | | | |
| 5. | Ada ketertarikan sendiri bagi saya pada kemasan produk yang berlogo halal. | | | | | |
| 6. | Saya lebih cenderung memilih produk yang berlogo halal melainkan produk yang tidak berlogo halal. | | | | | |
| 7. | Setiap saya ingin membeli kosmetik saya akan mengutamakan produk yang berlogo halal. | | | | | |
| 8. | Salah satu produk kosmetik yang saya gemari adalah produk kosmetik Wardah. | | | | | |
| 9. | Sebagian besar kosmetik saya merupakan produk yang berlogo halal. | | | | | |
| 10. | Saya sangat menyukai produk Wardah karena telah teruji secara halal. | | | | | |
| Sertifikasi Halal (X1) | | | | | | |
| 11. | Bagi saya sangatlah penting melihat logo halal dalam pemilihan kosmetik. | | | | | |
| 12. | Saya cenderung memilih produk berdasarkan logo halal. | | | | | |
| 13. | Saat ini saya lebih cenderung dalam memilih produk yang berlogo halal. | | | | | |
| 14. | Saya berusaha membedakan produk yang berbahan halal dengan produk lain. | | | | | |
| 15. | Saya sering mencari informasi mengenai perbedaan logo halal yang asli dengan yang palsu. | | | | | |
| 16. | Bagi saya memperhatikan sertifikasi halal sangatlah penting untuk semua produk terutama produk kosmetik. | | | | | |
| 17. | Saya lebih tertarik menggubakan produk yang berlogo halal. | | | | | |
| 18. | Saya cenderung memilih kosmetik yang berlogo halal seperti produk kosmetik Wardah. | | | | | |
| 19. | Bagi saya sertifikasi halal bagi sebuah produk sangatlah penting. | | | | | |
| 20. | Saya telah menggunakan produk kosmetik yang bersertifikasi halal sejak lama. | | | | | |
| 21. | Bagi saya produk kosmetik Wardah | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------|---|--|--|--|--|--|
| | merupakan produk yang telah teruji ke halalannya. | | | | | |
| 22. | Bagi saya sertifikasi halal tidak hanya dari logo nya saja tapi juga dari bahan yang digunakan. | | | | | |
| Kesadaran Halal (X2) | | | | | | |
| 23. | Bagi saya kesadaran akan produk halal sangatlah penting dan merupakan suatu kewajiban. | | | | | |
| 24. | Saya sadar bahwa kosmetik Wardah telah teruji secara halal. | | | | | |
| 25. | Saya mencari tahu bahan-bahan kosmetik yang berbahan halal yang aman digunakan. | | | | | |
| 26. | Sebagai konsumen yang cerdas saya selalu membaca bahan-bahan apa saja yang terkandung pada suatu produk. | | | | | |
| 27. | Saya cenderung memprioritaskan bahan-bahan yang halal dalam sebuah produk kosmetik yang saya gunakan. | | | | | |
| 28. | Saya sadar bahwa produk kosmetik Wardah adalah produk yang sangat aman dan telah teruji. | | | | | |
| 29. | Saya sangat antusias mengetahui proses produk kemasan halal. | | | | | |
| 30. | Saya sangat sadar bahwa produk yang berlogo halal adalah pilihan terbaik. | | | | | |
| 31. | Sebagai konsumen yang beragama islam saya sangat memilah-milah produk yang ingin saya gunakan, pilihan saya adalah produk yang berlogo halal. | | | | | |
| 32. | Saya sadar produk kosmetik Wardah mengandung bahan-bahan yang sudah jelas halalannya. | | | | | |
| 33. | Saya cenderung memilih produk kosmetik yang berlogo halal dari pada kosmetik yang tidak memiliki logo halal. | | | | | |
| 34. | Saya menyadari bahwa kosmetik yang berlogo halal adalah pilihan terbaik untuk digunakan. | | | | | |
| Bahan Kosmetik (X3) | | | | | | |
| 35. | Sebelum menggunakan kosmetik sangatlah penting bagi saya mengetahui bahan dari | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|---|--|--|--|--|--|
| | kosmetik tersebut. | | | | | |
| 36. | Saya merasa bahan-bahan yang terkandung di dalam kosmetik Wardah sangat aman untuk digunakan sehari-hari. | | | | | |
| 37. | Saya percaya bahan-bahan yang terkandung di dalam kosmetik adalah gambaran baik dan buruk nya suatu kosmetik. | | | | | |
| 38. | Saya merasa tidak semua kosmetik yang berlogo halal memiliki bahan-bahan yang aman. | | | | | |
| 39. | Saya selalu menggunakan kosmetik yang terbuat dari bahan-bahan non alkohol atau halal. | | | | | |
| 40. | Menurut saya bahan-bahan yang terkandung di dalam kosmetik sebaiknya dari bahan-bahan yang halal. | | | | | |
| 41. | Bagai saya kosmetik yang terkandung pada produk kosmetik Wardah adalah bahan-bahan halal. | | | | | |
| 42. | Saya percaya bahwa kosmetik berbahan halal adalah pilihan terbaik dalam penggunaan kosmetik sehari-hari. | | | | | |
| 43. | Bagi saya bahan pada kosmetik merupakan salah satu hal yang penting untuk diperhatikan dari segi kehalalnya. | | | | | |

~ Thank You ~

Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Coba Instrumen Minat Beli (Y)

| No | Y | | | | | | | | | | TOTAL |
|----|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|-------|
| | No. Item Pernyataan | | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| 1 | 2 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 24 |
| 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 23 |
| 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 22 |
| 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 19 |
| 5 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 22 |
| 6 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 26 |
| 7 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 12 |
| 8 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 37 |
| 9 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 23 |
| 10 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 11 | 2 | 1 | 4 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 21 |
| 12 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 19 |
| 13 | 5 | 1 | 5 | 5 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 26 |
| 14 | 2 | 2 | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 26 |
| 15 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 3 | 24 |
| 16 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 25 |
| 17 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 27 |
| 18 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 19 |
| 19 | 2 | 1 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 30 |
| 20 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 20 |
| 21 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 16 |
| 22 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 22 |
| 23 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 1 | 2 | 1 | 31 |
| 24 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 13 |
| 25 | 1 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 19 |
| 26 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 26 |
| 27 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 27 |
| 28 | 2 | 1 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 28 |
| 29 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 29 |
| 30 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 16 |

Lampiran 3 Tabulasi Data Uji Coba Instrum Sertifikasi Halal (X₁)

| No | XI | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|----|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|-------|
| | No. Item Pernyataan | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 22 |
| 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 22 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 4 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 18 |
| 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 17 |
| 6 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 1 | 33 |
| 7 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 16 |
| 8 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 25 |
| 9 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 27 |
| 10 | 3 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 1 | 3 | 34 |
| 11 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 21 |
| 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 5 | 23 |
| 13 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 14 |
| 14 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 28 |
| 15 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 33 |
| 16 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 26 |
| 17 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 30 |
| 18 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 21 |
| 19 | 1 | 2 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 20 |
| 20 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 21 |
| 21 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 20 |
| 22 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 20 |
| 23 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 24 |
| 24 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 21 |
| 25 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 19 |
| 26 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 23 |
| 27 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 34 |
| 28 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 2 | 24 |
| 29 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 24 |
| 30 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 19 |

Lampiran 4 Tabulasi Data Uji Coba Instrum Kesadaran Halal (X₂)

| No | X ₂ | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|----|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|-------|
| | No. Item Pernyataan | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 23 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 22 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 22 |
| 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 2 | 23 |
| 5 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 23 |
| 6 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 25 |
| 7 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 20 |
| 8 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 28 |
| 9 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 26 |
| 10 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 18 |
| 11 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 24 |
| 12 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 21 |
| 13 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 12 |
| 14 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 26 |
| 15 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 31 |
| 16 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 27 |
| 17 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 25 |
| 18 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 21 |
| 19 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 2 | 2 | 18 |
| 20 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 20 |
| 21 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 20 |
| 22 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 27 |
| 23 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 26 |
| 24 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 25 |
| 25 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 26 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 27 |
| 27 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 28 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 23 |
| 29 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 5 | 3 | 2 | 2 | 27 |
| 30 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 19 |

Lampiran 5 Tabulasi Data Uji Coba Instrum Bahan Kosmetik (X₃)

| No | X ₃ | | | | | | | | | Total |
|----|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|-------|
| | No. Item Pernyataan | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | |
| 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 18 |
| 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 17 |
| 3 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 18 |
| 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 15 |
| 6 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 7 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 13 |
| 8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 29 |
| 9 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 18 |
| 10 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 24 |
| 11 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 17 |
| 12 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 18 |
| 13 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 9 |
| 14 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 17 |
| 15 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 21 |
| 16 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 17 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 16 |
| 18 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 17 |
| 19 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 13 |
| 20 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 14 |
| 21 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 16 |
| 22 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 10 |
| 23 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 16 |
| 24 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 13 |
| 25 | 2 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 26 |
| 26 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 19 |
| 27 | 1 | 1 | 2 | 4 | 1 | 1 | 3 | 2 | 4 | 19 |
| 28 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 29 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 19 |
| 30 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 16 |

Lampiran 6 Hasil Pengolahan Uji Coba Instrumen Beli (Y)

Uji Validitas

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----------|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| 1 | 44.40 | 109.697 | .434 | .726 |
| 2 | 45.10 | 111.059 | .394 | .729 |
| 3 | 43.50 | 100.879 | .665 | .700 |
| 4 | 43.53 | 104.533 | .543 | .712 |
| 5 | 43.70 | 102.217 | .557 | .707 |
| 6 | 43.87 | 104.051 | .653 | .707 |
| 7 | 44.17 | 103.799 | .649 | .707 |
| 8 | 45.10 | 115.197 | .167 | .742 |
| 9 | 44.70 | 109.390 | .481 | .724 |
| 10 | 44.63 | 111.413 | .374 | .731 |
| Total | 23.30 | 29.528 | 1.000 | .763 |

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 30 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 30 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .776 | 9 |

Lampiran 7 Hasil Pengolahan Uji Coba Instrumen Sertifikasi Halal (X₁)

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-------|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| 1 | 45.07 | 99.789 | .717 | .711 |
| 2 | 44.83 | 101.316 | .724 | .715 |
| 3 | 45.10 | 105.955 | .370 | .732 |
| 4 | 45.03 | 105.826 | .371 | .732 |
| 5 | 45.27 | 105.237 | .481 | .729 |
| 6 | 45.07 | 101.720 | .675 | .717 |
| 7 | 45.27 | 100.616 | .677 | .713 |
| 8 | 44.50 | 101.224 | .537 | .719 |
| 9 | 44.87 | 104.051 | .442 | .727 |
| 10 | 44.83 | 103.454 | .529 | .724 |
| 11 | 45.20 | 107.200 | .386 | .734 |
| 12 | 44.70 | 105.183 | .378 | .735 |
| Total | 23.47 | 28.051 | 1.000 | .805 |

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 30 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 30 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .805 | 12 |

Lampiran 8 Hasil Pengolahan Uji Coba Instrumen Kesadaran Halal (X2)

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----------|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| 1 | 45.2667 | 67.306 | .183 | .718 |
| 2 | 45.1333 | 65.361 | .367 | .707 |
| 3 | 45.4000 | 64.455 | .388 | .703 |
| 4 | 45.4333 | 65.702 | .500 | .705 |
| 5 | 45.7667 | 67.220 | .261 | .715 |
| 6 | 45.4333 | 63.289 | .567 | .694 |
| 7 | 45.4000 | 64.593 | .461 | .702 |
| 8 | 45.2667 | 63.720 | .454 | .699 |
| 9 | 44.9333 | 59.375 | .559 | .681 |
| 10 | 45.2000 | 65.062 | .374 | .710 |
| 11 | 45.0333 | 62.792 | .549 | .693 |
| 12 | 45.3000 | 63.321 | .508 | .693 |
| Total | 23.6333 | 17.413 | 1.000 | .713 |

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 30 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 30 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .718 | 10 |

Lampiran 9 Hasil Pengolahan Uji Coba Instrumen Bahan Kosmetik (X3)

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-------|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|--|
| 1 | 33.8333 | 66.764 | .558 | .723 |
| 2 | 33.5333 | 67.706 | .419 | .730 |
| 3 | 33.7667 | 67.564 | .442 | .729 |
| 4 | 33.3667 | 64.861 | .478 | .720 |
| 5 | 33.6333 | 66.654 | .570 | .723 |
| 6 | 33.4333 | 67.289 | .468 | .728 |
| 7 | 33.2333 | 62.806 | .671 | .705 |
| 8 | 33.1667 | 63.730 | .528 | .714 |
| 9 | 32.9333 | 61.582 | .560 | .706 |
| Total | 17.7000 | 18.217 | 1.000 | .754 |

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid | 30 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 30 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .754 | 9 |

Lampiran 10 Kuesioner Penelitian

Dengan Hormat,

Saya adalah mahasiswa Strata satu dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Saya sedang melakukan penelitian dengan judul ” **Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Orientasi Bahan Kosmetik Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah Masyarakat Kota Padang.**

Saya mengundang Saudari untuk berpartisipasi dalam survei ini. Saya menyadari bahwa waktu Saudari sangat berharga, tapi waktu yang Saudari luangkan untuk menjawab kuesioner ini akan sangat bernilai tidak hanya untuk peneliti, tapi juga kepada semua pihak yang berkepentingan untuk meneliti Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Orientasi Bahan Kosmetik Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah Masyarakat Kota Padang.

Jawaban Saudari akan sepenuhnya dirahasiakan. Kami tidak akan membuka jawaban Saudari secara perorangan kepada pihak manapun. Jika Bapak/Ibu mempunyai pertanyaan mengenai kuesioner ini, mohon hubungi saya melalui HP. 089621710745

Saya sangat menghargai dan berterima kasih sekali atas kesediaan Saudari untuk membantu saya dalam penelitian ini.

Padang, Juli 2018

Hormat saya,

Ella Ramadhani

NIM. 140590131

**PENGARUH SERTIFIKAS HALAL, KESADARAN HALAL, DAN
ORIENTASI BAHAN KOSMETIK TERHADAP MINAT BELI PRODUK
KOSMETIK ARDAH PADA MASYARAKAT KOTA PADANG**

Isilah dengan singkat dan jelas berdasarkan identitas Saudari dengan memberi tanda (\checkmark) pada jawaban yang telah disediakan.

Nama Responden : (*Boleh dikosongkan*)

Usia : Tahun

Jenis Kelamin : Pria Wanita

Pendidikan : Lainnya D4/ S1

SMA/SMK S2

D3 S3

Pekerjaan : PNS Swata

Wirausaha Lainnya

Keterangan :

- 6. STS = Sangat Tidak Setuju
- 7. TS = Tidak Setuju
- 8. N = Netral
- 9. S = Setuju
- 10. SS = Sangat Setuju

| No | Keterangan | STS | TS | N | S | SS |
|-----------------------|--|-----|----|---|---|----|
| Minat Beli (Y) | | | | | | |
| 1. | Saya cenderung untuk membeli produk kosmetik yang berlabel halal seperti produk Wardah. | | | | | |
| 2. | Saya cenderung mereferensikan produk kosmetik yang halal seperti produk warah karena saya merasa produknya aman untuk digunakan. | | | | | |

| | | | | | | |
|-------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| 3. | Saya merasa produk yang halal adalah pilihan yang terbaik untuk digunakan. | | | | | |
| 4. | Saya tertarik kepada produk yang cenderung melabelkan kata halal pada kemasannya. | | | | | |
| 5. | Ada ketertarikan sendiri bagi saya pada kemasan produk yang berlogo halal. | | | | | |
| 6. | Saya lebih cenderung memilih produk yang berlogo halal melainkan produk yang tidak berlogo halal. | | | | | |
| 7. | Setiap saya ingin membeli kosmetik saya akan mengutamakan produk yang berlogo halal. | | | | | |
| 8. | Sebagian besar kosmetik saya merupakan produk yang berlogo halal. | | | | | |
| 9. | Saya sangat menyukai produk Wardah karena telah teruji secara halal. | | | | | |
| Sertifikasi Halal (X1) | | | | | | |
| 10. | Bagi saya sangatlah penting melihat logo halal dalam pemilihan kosmetik. | | | | | |
| 11. | Saya cenderung memilih produk berdasarkan logo halal. | | | | | |
| 12. | Saat ini saya lebih cenderung dalam memilih produk yang berlogo halal. | | | | | |
| 13. | Saya berusaha membedakan produk yang berbahan halal dengan produk lain. | | | | | |
| 14. | Saya sering mencari informasi mengenai perbedaan logo halal yang asli dengan yang palsu. | | | | | |
| 15. | Bagi saya memperhatikan sertifikasi halal sangatlah penting untuk semua produk terutama produk kosmetik. | | | | | |
| 16. | Saya lebih tertarik menggubakan produk yang berlogo halal. | | | | | |
| 17. | Saya cenderung memilih kosmetik yang berlogo halal seperti produk kosmetik Wardah. | | | | | |
| 18. | Bagi saya sertifikasi halal bagi sebuah produk sangatlah penting. | | | | | |
| 19. | Saya telah menggunakan produk kosmetik yang bersertifikasi halal sejak lama. | | | | | |
| 20. | Bagi saya produk kosmetik Wardah merupakan produk yang telah teruji ke | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------|---|--|--|--|--|--|
| | halalannya. | | | | | |
| 21. | Bagi saya sertifikasi halal tidak hanya dari logo nya saja tapi juga dari bahan yang digunakan. | | | | | |
| Kesadaran Halal (X2) | | | | | | |
| 22. | Saya sadar bahwa kosmetik Wardah telah teruji secara halal. | | | | | |
| 23. | Saya mencari tahu bahan-bahan kosmetik yang berbahan halal yang aman digunakan. | | | | | |
| 24. | Sebagai konsumen yang cerdas saya selalu membaca bahan-bahan apa saya yang terkandung pada suatu produk. | | | | | |
| 25. | Saya sadar bahwa produk kosmetik Wardah adalah produk yang sangat aman dan telah teruji. | | | | | |
| 26. | Saya sangat antusias mengetahui proses produk kemasan halal. | | | | | |
| 27. | Saya sangat sadar bahwa produk yang berlogo halal adalah pilihan terbaik. | | | | | |
| 28. | Sebagai konsumen yang beragama islam saya sangat memilah-milah produk yang ingin saya gunakan, pilihan saya adalah produk yang berlogo halal. | | | | | |
| 29. | Saya sadar produk kosmetik Wardah mengandung bahan-bahan yang sudah jelas halalnya. | | | | | |
| 30. | Saya cenderung memilih produk kosmetik yang berlogo halal dari pada kosmetik yang tidak memiliki logo halal. | | | | | |
| 31. | Saya menyadari bahwa kosmetik yang berlogo halal adalah pilihan terbaik untuk digunakan. | | | | | |
| Bahan Kosmetik (X3) | | | | | | |
| 32. | Sebelum menggunakan kosmetik sangatlah penting bagi saya mengetahui bahan dari kosmetik tersebut. | | | | | |
| 33. | Saya merasa bahan-bahan yang terkandung di dalam kosmetik Wardah sangat aman untuk digunakan sehari-hari. | | | | | |
| 34. | Saya percaya bahan-bahan yang terkandung di dalam kosmetik adalah gambaran baik dan buruk nya suatu kosmetik. | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|--|--|--|--|--|--|
| 35. | Saya merasa tidak semua kosmetik yang berlogo halal memiliki bahan-bahan yang aman. | | | | | |
| 36. | Saya selalu menggunakan kosmetik yang terbuat dari bahan-bahan non alkohol atau halal. | | | | | |
| 37. | Menurut saya bahan-bahan yang terkandung di dalam kosmetik sebaiknya dari bahan-bahan yang halal. | | | | | |
| 38. | Bagai saya kosmetik yang terkandung pada produk kosmetik Wardah adalah bahan-bahan halal. | | | | | |
| 39. | Saya percaya bahwa kosmetik berbahan halal adalah pilihan terbaik dalam penggunaan kosmetik sehari-hari. | | | | | |
| 40. | Bagi saya bahan pada kosmetik merupakan salah satu hal yang penting untuk diperhatikan dari segi kehalalnya. | | | | | |

~ Thank You ~

Lampiran 11 Tabulasi Data Penelitian Variabel Minat Beli (Y)

| NO | Variabel Minat Beli | | | | | | | | | Jumlah |
|----|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|--------|
| | No. Item Pernyataan | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | |
| 1 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 33 |
| 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 36 |
| 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 5 | 35 |
| 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 5 | 32 |
| 6 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 36 |
| 7 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 5 | 35 |
| 8 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 37 |
| 9 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 5 | 33 |
| 10 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 39 |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 12 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 40 |
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 44 |
| 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 42 |
| 16 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 5 | 35 |
| 17 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| 18 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 34 |
| 19 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 41 |
| 20 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 21 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 32 |
| 22 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 | 2 | 4 | 2 | 32 |
| 23 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 3 | 2 | 3 | 2 | 30 |
| 24 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 38 |
| 25 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 30 |
| 26 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 36 |
| 27 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 39 |
| 28 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 30 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 32 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 40 |
| 33 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 38 |
| 34 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 35 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 36 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 38 |
| 37 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 30 |

| | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 38 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 36 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 39 |
| 40 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 30 |
| 41 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 3 | 32 |
| 42 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 30 |
| 43 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 38 |
| 44 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 30 |
| 45 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 36 |
| 46 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 39 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 40 |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 49 | 3 | 2 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 32 |
| 50 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 51 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 30 |
| 52 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 5 | 35 |
| 53 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 37 |
| 54 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 37 |
| 55 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 5 | 34 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 36 |
| 57 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 37 |
| 58 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 33 |
| 59 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 2 | 33 |
| 60 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 30 |
| 61 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 37 |
| 62 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 63 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 37 |
| 64 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 5 | 34 |
| 65 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 2 | 34 |
| 66 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 37 |
| 67 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 36 |
| 68 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 33 |
| 69 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 37 |
| 70 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 71 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 37 |
| 72 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 35 |
| 73 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 74 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 33 |
| 75 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 37 |
| 76 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 40 |
| 77 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 40 |
| 78 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 38 |

| | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 79 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 5 | 35 |
| 80 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 34 |
| 81 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 37 |
| 82 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 36 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 84 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 36 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 38 |
| 86 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 39 |
| 87 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 88 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 89 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 38 |
| 90 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 37 |
| 91 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 39 |
| 92 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 36 |
| 93 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 36 |
| 94 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 40 |
| 95 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| 96 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 37 |
| 97 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| 98 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| 99 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 39 |
| 100 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 38 |
| 101 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 30 |
| 102 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| 103 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 37 |
| 104 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 37 |
| 105 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 34 |
| 106 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 36 |
| 107 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 37 |
| 108 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 33 |
| 109 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 3 | 33 |
| 110 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 30 |
| 111 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 37 |
| 112 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 36 |
| 113 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| 114 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 34 |
| 115 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 5 | 3 | 4 | 5 | 34 |
| 116 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 37 |
| 117 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 118 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 33 |
| 119 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 37 |

| | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 120 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 121 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 37 |
| 122 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 33 |
| 123 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 36 |
| 124 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 33 |
| 125 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 37 |
| 126 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 40 |
| 127 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 40 |
| 128 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 38 |
| 129 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 35 |
| 130 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 2 | 4 | 34 |
| 131 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 | 2 | 37 |
| 132 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 133 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 134 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 135 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 38 |
| 136 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 137 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 38 |
| 138 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 139 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 38 |
| 140 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 37 |
| 141 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 39 |
| 142 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 36 |
| 143 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 36 |
| 144 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 40 |
| 145 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 38 |
| 146 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 5 | 37 |
| 147 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 40 |
| 148 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 41 |
| 149 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 39 |
| 150 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 38 |
| 151 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| 152 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 41 |

Lampiran 12 Tabulasi Data Penelitian Variabel Sertifikasi Halal (X_1)

| NO | Variabel Sertifikasi Halal | | | | | | | | | | | | Jumlah |
|----|----------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|--------|
| | No. Item Pernyataan | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 1 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 49 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 54 |
| 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 50 |
| 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 52 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 48 |
| 6 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 49 |
| 7 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 50 |
| 8 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 49 |
| 9 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 46 |
| 10 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 51 |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 53 |
| 12 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 50 |
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 54 |
| 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 51 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 53 |
| 16 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 5 | 45 |
| 17 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 52 |
| 18 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 3 | 46 |
| 19 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 2 | 50 |
| 20 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 38 |
| 21 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 48 |
| 22 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 48 |
| 23 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 42 |
| 24 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 25 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 40 |
| 26 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 42 |
| 27 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 5 | 45 |
| 28 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 47 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 53 |
| 30 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | | 4 | 3 | 3 | 46 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 57 |
| 32 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 54 |
| 33 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 2 | 50 |
| 34 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 48 |
| 35 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 3 | 42 |
| 36 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 50 |
| 37 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 2 | 40 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 38 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 52 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 45 |
| 40 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 40 |
| 41 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 48 |
| 42 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 2 | 2 | 3 | 42 |
| 43 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 49 |
| 44 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 45 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 5 | 42 |
| 46 | 4 | 2 | 2 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 45 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 47 |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 53 |
| 49 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 49 |
| 50 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 48 |
| 51 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 50 |
| 52 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 2 | 5 | 46 |
| 53 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 52 |
| 54 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 51 |
| 55 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 48 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 47 |
| 57 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 48 |
| 58 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 57 |
| 59 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 55 |
| 60 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 54 |
| 61 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 52 |
| 62 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 53 |
| 63 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 50 |
| 64 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 50 |
| 65 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 54 |
| 66 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 49 |
| 67 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 52 |
| 68 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 51 |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 50 |
| 70 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 71 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 45 |
| 72 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 48 |
| 73 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 49 |
| 74 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 47 |
| 75 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 51 |
| 76 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 48 |
| 77 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 51 |
| 78 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 48 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 79 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 5 | 47 |
| 80 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 46 |
| 81 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 48 |
| 82 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 47 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 49 |
| 84 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 51 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 49 |
| 86 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 54 |
| 87 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 88 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 52 |
| 89 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 51 |
| 90 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 53 |
| 91 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 48 |
| 92 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 49 |
| 93 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 49 |
| 94 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 50 |
| 95 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 5 | 46 |
| 96 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 51 |
| 97 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 50 |
| 98 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 5 | 48 |
| 99 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 47 |
| 100 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 5 | 48 |
| 101 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 57 |
| 102 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 55 |
| 103 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 54 |
| 104 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 52 |
| 105 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 53 |
| 106 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 52 |
| 107 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 50 |
| 108 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 54 |
| 109 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 49 |
| 110 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 2 | 38 |
| 111 | 3 | 1 | 5 | 4 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 39 |
| 112 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 50 |
| 113 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 50 |
| 114 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 45 |
| 115 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 116 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 49 |
| 117 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 5 | 41 |
| 118 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 53 |
| 119 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 48 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 120 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 52 |
| 121 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 48 |
| 122 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 43 |
| 123 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 46 |
| 124 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 44 |
| 125 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 47 |
| 126 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 5 | 5 | 49 |
| 127 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 58 |
| 128 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 49 |
| 129 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 54 |
| 130 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 48 |
| 131 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 56 |
| 132 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 3 | 48 |
| 133 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 37 |
| 134 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 5 | 4 | 32 |
| 135 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 136 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 2 | 5 | 46 |
| 137 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 47 |
| 138 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 5 | 35 |
| 139 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 49 |
| 140 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 52 |
| 141 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 5 | 49 |
| 142 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 54 |
| 143 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 48 |
| 144 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 52 |
| 145 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 43 |
| 146 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 53 |
| 147 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 48 |
| 148 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 4 | 5 | 49 |
| 149 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 43 |
| 150 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 50 |
| 151 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 46 |
| 152 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 5 | 51 |

Lampiran 13 Tabulasi Data Penelitian Variabel Kesadaran Halal (X₂)

| NO | Kesadaran Halal | | | | | | | | | | Jumlah |
|----|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|--------|
| | No. Item Pernyataan | | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| 1 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 40 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 39 |
| 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 40 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 46 |
| 6 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 40 |
| 7 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 2 | 36 |
| 8 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3 | 2 | 5 | 35 |
| 9 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 38 |
| 10 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 36 |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 12 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 37 |
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 14 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 32 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 45 |
| 16 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 5 | 3 | 38 |
| 17 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 5 | 31 |
| 18 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 45 |
| 19 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 5 | 2 | 4 | 34 |
| 20 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 44 |
| 21 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 30 |
| 22 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 34 |
| 23 | 2 | 3 | 3 | 2 | 5 | 3 | 2 | 3 | 2 | 5 | 30 |
| 24 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| 25 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 38 |
| 26 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 40 |
| 27 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 44 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 30 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| 32 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 3 | 4 | 39 |
| 33 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 38 |
| 34 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 34 |
| 35 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 30 |
| 36 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 44 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 38 |

| | | | | | | | | | | | |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 79 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 42 |
| 80 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 81 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 43 |
| 82 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 39 |
| 83 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 33 |
| 84 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 40 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 45 |
| 86 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 87 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 43 |
| 88 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 45 |
| 89 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 42 |
| 90 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 91 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 35 |
| 92 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 41 |
| 93 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 94 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 43 |
| 95 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 36 |
| 96 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 97 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 45 |
| 98 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 46 |
| 99 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 42 |
| 100 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| 101 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 102 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 38 |
| 103 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 104 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 43 |
| 105 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 40 |
| 106 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 46 |
| 107 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 42 |
| 108 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 109 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 46 |
| 110 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 42 |
| 111 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 44 |
| 112 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 45 |
| 113 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 40 |
| 114 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 45 |
| 115 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 116 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 30 |
| 117 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 43 |
| 118 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 40 |
| 119 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 36 |

| | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 120 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 38 |
| 121 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 43 |
| 122 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 32 |
| 123 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 39 |
| 124 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 41 |
| 125 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 42 |
| 126 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 41 |
| 127 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 4 | 2 | 40 |
| 128 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 38 |
| 129 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 2 | 39 |
| 130 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 131 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 44 |
| 132 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 43 |
| 133 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 40 |
| 134 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 135 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 41 |
| 136 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 43 |
| 137 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 45 |
| 138 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 44 |
| 139 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 140 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 44 |
| 141 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 46 |
| 142 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 41 |
| 143 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 42 |
| 144 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 42 |
| 145 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 41 |
| 146 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 42 |
| 147 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 40 |
| 148 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 2 | 38 |
| 149 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 45 |
| 150 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| 151 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 43 |
| 152 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 45 |

Lampiran 14 Tabulasi Data Penelitian Variabel Bahan Kosmetik (X₃)

| NO | Bahan Kosmetik | | | | | | | | | Jumlah |
|----|----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|--------|
| | X ₃ | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | |
| 1 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 35 |
| 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 40 |
| 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 34 |
| 6 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 40 |
| 7 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 36 |
| 8 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 9 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 34 |
| 10 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 38 |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 12 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 32 |
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 43 |
| 14 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 30 |
| 15 | 2 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 16 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 2 | 30 |
| 17 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 18 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 31 |
| 19 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 38 |
| 20 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 33 |
| 21 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 41 |
| 22 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 35 |
| 23 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 4 | 34 |
| 24 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 25 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 26 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 37 |
| 27 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 30 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 32 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 40 |
| 33 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 37 |
| 34 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 35 |
| 35 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 34 |
| 36 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 35 |

| | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 41 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 40 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 35 |
| 41 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 42 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 34 |
| 43 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 44 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 35 |
| 45 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| 46 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 39 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 49 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 38 |
| 50 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 51 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 37 |
| 52 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 34 |
| 53 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| 54 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| 55 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 39 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 36 |
| 57 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 35 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 59 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 41 |
| 60 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 40 |
| 61 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 38 |
| 62 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 39 |
| 63 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 32 |
| 64 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 38 |
| 65 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 40 |
| 66 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| 67 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 39 |
| 68 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 38 |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 70 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 71 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 34 |
| 72 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 35 |
| 73 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 37 |
| 74 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 75 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 40 |
| 76 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 32 |
| 77 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 38 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 39 |

| | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 79 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 40 |
| 80 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 36 |
| 81 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 82 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 83 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| 84 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 32 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 38 |
| 86 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 40 |
| 87 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 35 |
| 88 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 42 |
| 89 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 90 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| 91 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 34 |
| 92 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 39 |
| 93 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 36 |
| 94 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 38 |
| 95 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 34 |
| 96 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 38 |
| 97 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 37 |
| 98 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 99 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 35 |
| 100 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 30 |
| 101 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 102 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 41 |
| 103 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 104 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 38 |
| 105 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 39 |
| 106 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 41 |
| 107 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 38 |
| 108 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 40 |
| 109 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 36 |
| 110 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| 111 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 38 |
| 112 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 36 |
| 113 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 39 |
| 114 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 34 |
| 115 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 35 |
| 116 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 37 |
| 117 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 36 |
| 118 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 40 |
| 119 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 35 |

| | | | | | | | | | | |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 120 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 38 |
| 121 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 122 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 32 |
| 123 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 30 |
| 124 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 37 |
| 125 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 39 |
| 126 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 36 |
| 127 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| 128 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 38 |
| 129 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 40 |
| 130 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 36 |
| 131 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 132 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| 133 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 38 |
| 134 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 36 |
| 135 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 35 |
| 136 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 36 |
| 137 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 138 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 36 |
| 139 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 37 |
| 140 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 42 |
| 141 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 38 |
| 142 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 40 |
| 143 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 35 |
| 144 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 42 |
| 145 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 38 |
| 146 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| 147 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 34 |
| 148 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 39 |
| 149 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 37 |
| 150 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 38 |
| 151 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 34 |
| 152 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 42 |

Lampiran 15 Tabel Distribusi Frekuensi Skor Total Capaian Responden Variabel Minat Beli (Y)

| No | Frekuensi Presentase Jawaban | | | | | | | | | | | | n | 100% | Skor | Rerata | TCR |
|-----------|------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|-----|---|---|---------|------|------|---------|---------|--------|
| | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | | | | | | | |
| | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | | | | | | | |
| 1 | 69 | 69 | 66 | 66 | 15 | 15 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 613 | 4,03289 | 80,66% |
| 2 | 64 | 64 | 58 | 58 | 25 | 25 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 637 | 4,19079 | 83,82% |
| 3 | 59 | 59 | 55 | 55 | 14 | 14 | 24 | 24 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 605 | 3,98026 | 79,61% |
| 4 | 49 | 49 | 57 | 57 | 39 | 39 | 7 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 604 | 3,97368 | 79,47% |
| 5 | 65 | 65 | 58 | 58 | 22 | 22 | 7 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 637 | 4,19079 | 83,82% |
| 6 | 82 | 82 | 17 | 17 | 50 | 50 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 634 | 4,17105 | 83,42% |
| 7 | 46 | 46 | 46 | 46 | 41 | 41 | 19 | 19 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 575 | 3,78289 | 75,66% |
| 8 | 46 | 46 | 50 | 50 | 37 | 37 | 19 | 19 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 579 | 3,80921 | 76,18% |
| 9 | 71 | 71 | 40 | 40 | 29 | 29 | 12 | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 626 | 4,11842 | 82,37% |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | 344,375 | 100% | | 2,26563 | 45,31% | |

Lampiran 16 Tabel Distribusi Frekuensi Skor Total Capaian Responden Variabel Sertifikasi Halal (X₁)

| No | Frekuensi Presentase Jawaban | | | | | | | | | | | | n | 100% | Skor | Rerata | TCR |
|-----------|------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|-----|---|-----|---------|---------|---------|--------|--------|-----|
| | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | | | | | | | |
| | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | | | | | | | |
| 1 | 71 | 71 | 61 | 61 | 16 | 16 | 4 | 4 | 0 | 0 | 152 | 100% | 607 | 3,99342 | 79,87% | | |
| 2 | 70 | 70 | 56 | 56 | 20 | 20 | 5 | 5 | 1 | 1 | 152 | 100% | 645 | 4,24342 | 84,87% | | |
| 3 | 69 | 69 | 52 | 52 | 11 | 11 | 20 | 20 | 0 | 0 | 152 | 100% | 626 | 4,11842 | 82,37% | | |
| 4 | 56 | 56 | 54 | 54 | 34 | 34 | 8 | 8 | 0 | 0 | 152 | 100% | 614 | 4,03947 | 80,79% | | |
| 5 | 59 | 59 | 48 | 48 | 32 | 32 | 13 | 13 | 0 | 0 | 152 | 100% | 609 | 4,00658 | 80,13% | | |
| 6 | 55 | 55 | 56 | 56 | 27 | 27 | 14 | 14 | 0 | 0 | 152 | 100% | 608 | 4 | 80,00% | | |
| 7 | 78 | 78 | 54 | 54 | 14 | 14 | 5 | 5 | 1 | 1 | 152 | 100% | 659 | 4,33553 | 86,71% | | |
| 8 | 86 | 86 | 20 | 20 | 41 | 41 | 5 | 5 | 0 | 0 | 152 | 100% | 643 | 4,23026 | 84,61% | | |
| 9 | 53 | 53 | 34 | 34 | 33 | 33 | 31 | 31 | 0 | 0 | 152 | 100% | 562 | 3,69737 | 73,95% | | |
| 10 | 48 | 48 | 42 | 42 | 37 | 37 | 25 | 25 | 0 | 0 | 152 | 100% | 569 | 3,74342 | 74,87% | | |
| 11 | 59 | 59 | 34 | 34 | 15 | 15 | 29 | 29 | 0 | 0 | 152 | 100% | 534 | 3,51316 | 70,26% | | |
| 12 | 71 | 71 | 37 | 37 | 30 | 30 | 14 | 14 | 0 | 0 | 152 | 100% | 621 | 4,08553 | 81,71% | | |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | 456,063 | 3,00041 | 60,01% | | | |

Lampiran 17 Tabel Distribusi Frekuensi Skor Total Capaian Responden Variabel Kesadaran Halal (X₂)

| No | Frekuensi Presentase Jawaban | | | | | | | | | | | | n | 100% | Skor | Rerata | TCR |
|-----------|------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|-----|---|---|---|-----|---------|---------|---------|--------|
| | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | | | | | | | |
| | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | | | | | | | |
| 1 | 71 | 71 | 57 | 57 | 18 | 18 | 6 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 595 | 3,91447 | 78,29% |
| 2 | 69 | 69 | 60 | 60 | 21 | 21 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 652 | 4,28947 | 85,79% |
| 3 | 78 | 78 | 50 | 50 | 10 | 10 | 14 | 14 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 648 | 4,26316 | 85,26% |
| 4 | 56 | 56 | 53 | 53 | 33 | 33 | 10 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 611 | 4,01974 | 80,39% |
| 5 | 72 | 72 | 54 | 54 | 19 | 19 | 7 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 647 | 4,25658 | 85,13% |
| 6 | 79 | 79 | 24 | 24 | 40 | 40 | 9 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 629 | 4,13816 | 82,76% |
| 7 | 55 | 55 | 50 | 50 | 36 | 36 | 11 | 11 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 605 | 3,98026 | 79,61% |
| 8 | 59 | 59 | 56 | 56 | 29 | 29 | 8 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 622 | 4,09211 | 81,84% |
| 9 | 63 | 63 | 38 | 38 | 34 | 34 | 17 | 17 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 603 | 3,96711 | 79,34% |
| 10 | 45 | 45 | 47 | 47 | 44 | 44 | 16 | 16 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 577 | 3,79605 | 75,92% |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | | | 386,813 | 2,54482 | 50,90% | |

Lampiran 18 Tabel Distribusi Frekuensi Skor Total Capaian Responden Variabel Bahan Kosmetik (X₃)

| No | Frekuensi Presentase Jawaban | | | | | | | | | | | | n | 100% | Skor | Rerata | TCR |
|-----------|------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|-----|---|---|--------|-----|---------|--------|---------|--------|
| | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | | | | | | | |
| | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | | | | | | | |
| 1 | 73 | 73 | 55 | 55 | 20 | 20 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 593 | 3,90132 | 78,03% |
| 2 | 71 | 71 | 59 | 59 | 19 | 19 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 654 | 4,30263 | 86,05% |
| 3 | 77 | 77 | 53 | 53 | 13 | 13 | 9 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 654 | 4,30263 | 86,05% |
| 4 | 62 | 62 | 51 | 51 | 32 | 32 | 6 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 622 | 4,09211 | 81,84% |
| 5 | 79 | 79 | 52 | 52 | 16 | 16 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 661 | 4,34868 | 86,97% |
| 6 | 82 | 82 | 32 | 32 | 34 | 34 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 648 | 4,26316 | 85,26% |
| 7 | 57 | 57 | 56 | 56 | 31 | 31 | 8 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 618 | 4,06579 | 81,32% |
| 8 | 60 | 60 | 58 | 58 | 23 | 23 | 11 | 11 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 623 | 4,09868 | 81,97% |
| 9 | 60 | 60 | 40 | 40 | 39 | 39 | 13 | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 | 152 | 100% | 603 | 3,96711 | 79,34% |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | 354,75 | | 2,33388 | 46,68% | | |

Lampiran 19 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|---------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 152 |
| Normal Parameters ^a | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.98254781 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .049 |
| | Positive | .027 |
| | Negative | -.049 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .605 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .858 |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| | | |

Lampiran 20 Hasil Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -.760 | 2.046 | | -.371 | .711 |
| | Sertifikasi Halal | .041 | .038 | .098 | 1.087 | .279 |
| | Kesadaran Halal | -.022 | .034 | -.056 | -.636 | .526 |
| | Bahan Kosmetik | .053 | .048 | .106 | 1.099 | .274 |

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 21 Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | Coefficients ^a | | | | | |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | 18.957 | 3.354 | | 5.652 | .000 | |
| (Constant) | | | | | | |
| Sertifikasi Halal | .125 | .062 | .168 | 2.023 | .045 | .809 |
| Kesadaran Halal | .210 | .056 | .302 | 3.734 | .000 | .850 |
| Bahan Kosmetik | .077 | .079 | .087 | .973 | .332 | .703 |

a. Dependent Variable: Minat Beli

Lampiran 22 Hasil Pengolahan Data Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .418 ^a | .175 | .158 | 3.013 |

a. Predictors: (Constant), Bahan Kosmetik, Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal

Lampiran 23 Hasil Pengolahan Data Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^b

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | 284.233 | 3 | 94.744 | 10.439 | .000 ^a |
| Residual | 1343.234 | 148 | 9.076 | | |
| Total | 1627.467 | 151 | | | |

a. Predictors: (Constant), Bahan Kosmetik, Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal

b. Dependent Variable: Minat Beli

Lampiran 24 Hasil Uji t

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | t | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | 18.957 | 3.354 | | | 5.652 | .000 |
| (Constant) | .125 | .062 | .168 | | 2.023 | .045 |
| Sertifikasi Halal | .210 | .056 | .302 | | 3.734 | .000 |
| Kesadaran Halal | .077 | .079 | .087 | | .973 | .332 |
| Bahan Kosmetik | | | | | | |

a. Dependent Variable: Minat Beli

