

Universitas Ngudi Waluyo
Program Studi Farmasi, Fakultas Kesehatan
Skripsi Agustus 2022
Irma Nur Hamidah
050118A084

**PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOSMETIK PADA MAHASISWA FARMASI UNIVERSITAS NGUDI
WALUYO**

ABSTRAK

Latar Belakang : Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar yang berpotensi menjadi pasar bagi produk halal. Urgensi label halal adalah untuk memastikan produk apa saja yang boleh dikonsumsi atau digunakan. Faktor dari keputusan membeli meliputi faktor sosial, faktor kebudayaan, pribadi, harga dan psikologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian kosmetik pada mahasiswa Farmasi Universitas Ngudi Waluyo.

Metode : Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif *non-eksperimental*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang sesuai dengan kriteria inklusi dan eksklusi. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*. Pengumpulan data menggunakan survey dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Analisis data menggunakan SPSS versi 25 dan Ms Excel.

Hasil : Berdasarkan karakteristik responden, sebagian besar berusia 20 tahun sebanyak 29 responden (29%), jenis kelamin terbanyak perempuan sebanyak 84 responden (84%), mahasiswa terbanyak berasal dari semester 8 dengan jumlah 47 responden (47%). Tingkat pengetahuan responden tentang labelisasi halal memiliki pengetahuan sangat baik sebanyak (92%), baik sebanyak (4%), sedang sebanyak (1%), Buruk sebanyak (3%). Berdasarkan hasil uji signifikansi terdapat pengaruh secara signifikan antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian dengan sig. $0,000 < 0,05$.

Simpulan : Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa pengetahuan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian kosmetik pada mahasiswa prodi farmasi tergolong dalam kategori sangat baik kemudian terdapatnya pengaruh antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sebesar 62% sedangkan sisanya 38% dipengaruhi oleh faktor lain dan terdapatnya hubungan yang kuat antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sebesar 0,789.

Kata Kunci : Kosmetik, Keputusan Pembelian, Labelisasi Halal

Pharmacy Study Program, Faculty of Health
Final project, August 2022
Irma Nur Hamidah
050118A084

THE EFFECT OF HALAL LABELIZATION ON COSMETIC PURCHASE DECISIONS ON PHARMACY STUDENTS OF NGUDI WALUYO UNIVERSITY

ABSTRACT

Background : Indonesia is a country with the largest Muslim population which has the potential to become a market for halal products. The urgency of the halal label is to ensure which products are allowed to be consumed or used. Factors from buying decisions include social factors, cultural factors, personal, price and psychology. This study aims to analyze how much influence halal labeling has on cosmetic purchasing decisions for Pharmacy students at Ngudi Waluyo University.

Methods : This study used a non-experimental quantitative descriptive method. The number of samples used as many as 100 respondents in accordance with the inclusion and exclusion criteria. The sampling technique used the Accidental Sampling method. Collecting data using a survey by distributing questionnaires via google form. Data analysis using SPSS version 25 and MS Excel.

Results : Based on the characteristics of the respondents, most of them were 20 years old as many as 29 respondents (29%), the most gender was female as many as 84 respondents (84%), most students came from semester 8 with a total of 47 respondents (47%). The level of knowledge of respondents about halal labeling has very good knowledge (92%), good (4%), moderate (1%), poor (3%). Based on the results of the significance test there is a significant influence between halal labeling on purchasing decisions with sig. $0.000 < 0.05$.

Conclusion: The results obtained indicate that knowledge of halal labeling on cosmetic purchasing decisions in pharmaceutical study students is classified as very good then there is an influence between halal labeling on purchasing decisions by 62% while the remaining 38% is influenced by other factors and there is a strong relationship between labeling halal to the purchase decision of 0.789.

Keywords : Cosmetics, Purchase Decision, Halal Labeling