

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia memiliki banyak sekali kebutuhan. Kebutuhan pokok manusia seperti kebutuhan pangan, sandang, rumah, rasa aman, rasa memiliki dan harga diri. Kebutuhan wanita sedikit berbeda dibandingkan laki-laki. Bagi wanita khususnya penampilan sangat penting, karena wanita ingin selalu tampil cantik di depan orang lain. Kebutuhan wanita untuk tampil cantik seperti yang diinginkannya menciptakan potensi pasar yang sangat besar di bidang kosmetik seperti make up menjadi trend di masa sekarang.

Sebagai seorang konsumen kita harus pandai memilih kosmetik yang halal dan aman baik dalam kualitas produk maupun kuantitas. Dalam proses produksi ada perusahaan yang menggunakan/ mencampurkan sesuatu yang tidak halal kedalam kosmetik yang diproduksi. Kita sebagai konsumen harus menghindari kosmetik tersebut dan lebih memilih produk yang aman dan sudah bersertifikat halal. Kehalalan kosmetik sangat penting tetapi terkadang sering sekali terlupakan. Untuk itu konsumen sebaiknya mencari informasi terhadap produk yang akan dibeli. Informasi yang mendalam terkait dengan kualitas produk dapat dilihat pada label yang tercantum dikemasan produk. Label halal yang terdapat pada kemasan merupakan label yang dapat memberikan keterangan kepada para konsumen bahwa produk tersebut telah dinyatakan kehalalannya.

Pencantuman label halal pada dasarnya tidak wajib, namun jika produk yang masuk kedalam wilayah Indonesia yang mayoritas muslim maka wajib

mencantumkan label halal dan bertanggung jawab atas kehalalan produk nya, agar hak konsumen atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa dapat terlindungi secara layak dan memadai. Adanya aturan ini para pemasar harus mempertimbangkan aspek kehalalan suatu produk, agar komunitas muslim dapat memberikan kepercayaan kepada produk tersebut. Seperti halnya dengan kosmetik, kosmetik merupakan salah satu kebutuhan bagi wanita yang digunakan sehari-hari agar terlihat menarik. Kosmetik halal menjadi jawaban bagi para muslimah untuk tampil cantik dengan menggunakan bahan yang halal sesuai dengan syariat. Sebagai seorang muslim sudah sepatutnya untuk memperhatikan label halal yang terdapat pada produk yang akan dikonsumsi.

Halal diperuntukkan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih yang dimakan atau dikonsumsi oleh manusia menurut syari'at Islam. Lawan halal adalah haram yang berarti “tidak dibenarkan atau dilarang” menurut syari'at Islam. Berdasarkan hal tersebut Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah/5: 3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ أَلْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi”.

Dalam ayat di atas kata “memakan” tidak hanya bermakna memakan lewat mulut, tapi memakan tersebut juga berarti mengkonsumsi dalam artian menggunakan olahan babi untuk berbagai keperluan termasuk kosmetik. Halal atau tidak merupakan suatu keamanan pangan yang sangat mendasar bagi umat Islam. Konsumen Islam cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang (Rasjid, 2013: 469).

Salah satu hal yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi perusahaan salah satunya menggunakan persaingan merek (*brand*) untuk membuat produk lebih dikenal oleh konsumen. Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 pasal 1 ayat 1 dijelaskan bahwa merek merupakan tanda berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur tersebut yang memiliki pembeda dan digunakan dalam perdagangan barang atau jasa. Merek bermanfaat bagi produsen maupun konsumen. Bagi produsen merek berfungsi sebagai pembeda produk yang dimiliki dengan produk perusahaan lain, bentuk perlindungan hukum, jaminan kualitas, diferensiasi produk, sarana keunggulan bersaing dan sebagai sumber pengembalian finansial. Bagi konsumen merek merupakan wujud tanggung jawab yang diberikan oleh produsen, sebagai jaminan pengurangan risiko, serta janji terhadap kualitas yang diberikan oleh produsen (Tjiptono, 2008). *They interlink consumer and the company that build customers trust and loyalty to the brand. So that this loyalty brings greater market share when the product is purchase by the customers loyal to the brand.* Maksudnya mereka menghubungkan konsumen dan perusahaan yang membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap merek tersebut. Sehingga loyalitas ini membawa pangsa pasar yang lebih besar ketika produk tersebut dibeli oleh konsumen yang setia pada merek tersebut (Pratiwi, 2015: 378).

Kualitas produk kosmetik dilakukan oleh produsen untuk memperoleh kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk kosmetik yang diproduksi. Dalam upaya memenuhi kebutuhannya, konsumen akan memilih produk kosmetik yang dapat memberikan kepuasan tertinggi. Kualitas produk yang diinginkan oleh

konsumen menyangkut manfaatnya bagi pemenuhan kebutuhan dan keamanannya bagi diri konsumen, sehingga konsumen merasa aman dalam menggunakan produk tersebut. Untuk memenuhi keinginan konsumen agar aman dalam mengonsumsi suatu produk, perusahaan harus mencantumkan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan produk kosmetik. Keterangan tersebut dapat berupa bahan-bahan alami produk, masa berlaku produk, cara penggunaan produk dan keterangan bahwa produk telah diperiksa oleh Badan Pengawasan Pangan, Obat dan Makanan (BPPOM). Keterangan yang dibutuhkan oleh konsumen yaitu keterangan halal pada produk kosmetik.

Kebutuhan perawatan kulit yang kian meningkat membuat sejumlah produsen skincare merilis berbagai macam produk untuk kesehatan dan kecantikan kulit. Salah satu produsen kosmetik yang cukup terkenal dengan produk skincare-nya adalah produk SR12 Herbal Skincare yang diproduksi oleh PT. SR12 Herbal Perkasa yang berasal dari Kota Bogor Provinsi Jawa Barat. SR12 adalah singkatan dari Skin Relieve 12 di mana memiliki makna rangkaian produk perawatan kulit atau skincare yang diharapkan mampu mengatasi 12 masalah kulit. Perusahaan kosmetik tersebut menawarkan berbagai macam produk kecantikan kulit yang harganya relatif terjangkau. Perusahaan yang bergerak dibidang herbal & skincare yang berdiri pada tahun 2015 oleh Toni Firmansyah, S. Farm., Apt sebagai direktur utama, Asrianty Salam, S. Farm., sebagai ahli farmasi yang bertanggung jawab terhadap Plant Operational dan Shendy Yulian, SE. Sy bersama Deni Hakim, S.P sebagai mitra penyalur produk yang akan dihasilkan (Community, SRpreneurs. www.sr12herbal.com/about-us. Diakses pada 25 Mei 2021).

Sejak tahun 2012 industri kosmetik herbal di Tanah Air mulai berkembang dan menunjukkan pertumbuhan baik. Menurut bisnis.com, potensi seperti ini dapat meningkatkan investasi sektor produk herbal dan skincare. Pada tahun 2016 saja pertumbuhan mencapai lebih dari 30 persen dan akan terus berkembang hingga saat ini. Termasuk kehadiran dari PT. SR12 Herbal Perkasa. Perusahaan yang berdiri tahun 2015 bergerak dibidang herbal dan skincare ini langsung tancap gas.

Seperti menyiapkan formula herbal skincare yang merupakan hasil *research* dari beberapa *qualified scientist* dan teruji di laboratorium Sucofindo bebas Mercury & Hydroquinon dan telah terdaftar di BPOM. Sehingga dipastikan menghasilkan produk serta kosmetik yang baik dan aman untuk digunakan sepanjang waktu. Serta produk yang dihasilkan aman untuk segala jenis kulit baik pria maupun wanita. SR12 Herbal Skincare saat ini memiliki 3 pabrik yang terletak di Provinsi Jawa Barat yang ditangani oleh tenaga profesional dibidangnya. Telah tercatat sampai saat ini SR12 memiliki puluhan Distributor resmi yang tersebar di beberapa Provinsi Indonesia dan ribuan Seller sebagai penyalur produk diberbagai kota di Indonesia bahkan sampai ke beberapa negara tetangga yaitu Taiwan dan Jepang (Femaleez. www.google.com/amp/s/femaleez.com/beauty/produk-sr12-apaakah-aman/amp/ Diakses pada 22 Mei 2021).

Agen SR12 Skincare Pekanbaru, Prima Deviska mengatakan bahwa demi memenuhi pangsa pasar tanah air, mereka menyiapkan berbagai macam produk unggulan seperti sabun, cream, masker, serum, toner, bedak sampai berbentuk paketan. Salah satu *brand* kecantikan dari Tanah Air yang lagi trending saat ini yaitu Minyak Bulus. Selain kualitasnya sangat baik produk ini mampu

mengencangkan, menghaluskan kulit, mencerahkan, melembabkan dan membantu mengurangi stretch mark pada kulit ditambah 17 manfaat hebat lainnya. Produk SR12 juga sering digunakan sebagai hantaran bagi yang tengah berbahagia melangsungkan pernikahan. Terlepas dari kualitas produk serta beragam manfaatnya SR12 rupanya juga turut membantu masyarakat dalam menciptakan bisnis di era milenial seperti saat ini. (Avin. www.riauonline.co.id/kesehatan/read/2019/04/22/sr12-ramaikan-pangsa-pasar-kosmetik-herbal-tanah-air Diakses pada 5 Mei 2021)

Produk SR12 yang diproduksi sudah banyak dan terdiri dari berbagai macam & jenis. Di bawah ini adalah daftar produk SR12 paling populer dan paling laris yang wajib diketahui:

Tabel i. Produk SR12

No.	Nama Produk	Manfaat
1.	Vico Oil SR12	Meningkatkan daya tahan tubuh
2.	Minyak Bulus SR12	Mempercantik dan mengencangkan kulit wajah
3.	Manja SR12	Mengatasi keluhan organ intim wanita
4.	Krasny Series Day & Night	Meremajakan sel kulit wajah
5.	Lip Cream SR12	Mempercantik rona bibir tanpa membuat kering
6.	Lip Care SR12	Perawatan bibir kering dan pecah-pecah
7.	Suncare SPF25++	Perlindungan dari sinar UV matahari
8.	SK Kosmetik Day & Night Cream	Mencerahkan dan menjaga kelembaban kulit wajah

9.	Sunblock SPF 30++	Melindungi kulit dari sinar UV secara efektif
10.	Facial Wash Coffe	Membersihkan wajah secara menyeluruh
11.	Tightening Cream	Berfungsi menangkal radikal bebas
12.	Facial Wash Green Tea	Sabun muka SR12 yang cocok untuk kulit sensitif
13.	Facial Wash Madu	Sabun muka SR12 yang dapat menjaga kelembaban kulit
14.	Sabun bulus	Membersihkan wajah dan membantu mengatasi jerawat
15.	Exclusive Compact Powder	Mempercantik riasan dengan tambahan kandungan SPF15 PA++

Itulah daftar produk SR12 yang paling laris dan banyak dibicarakan. Banyak sekali pengguna yang telah membeberkan khasiat berbagai produk SR12 yang tersedia. (Femaleez. www.google.com/amp/s/femaleez.com/beauty/produk-sr12-apakah-aman/amp/ Diakses pada 22 Mei 2021).

SR12 Herbal Skincare di Kalimantan Selatan memiliki 9 Distributor yang tersebar di beberapa Kabupaten. Salah satu Distributor yang berasal dari Kota Amuntai bernama Ibu Resy Ayu Lestari, Ibu Rey Ayu Lestari mengatakan berdasarkan data yang distributor miliki SR12 Herbal Skincare memiliki 17 Agen, 16 Sub Agen, 12 Reseller dan 4 Marketer. Salah satu Agen yang berasal dari Kota Banjarbaru bernama Ibu Nurrina Safitri beliau mengatakan berdasarkan data yang dimiliki beliau mempunyai 1 Agen, 6 Sub Agen, 5 Reseller dan 3 Marketer dan kata Ibu Nurrina Safitri dia tidak bisa menentukan keseluruhan Mitranya yang ada di Kalimantan Selatan atau pun di Kota Banjarbaru karena timnya berkembang,

setiap Distributor pasti mempunyai Agen, Sub Agen, Reseller dan Marketer, setiap Agen pasti mempunyai Sub Agen, Reseller dan Marketer sampai seterusnya.

Peneliti mengambil objek penelitian produk kosmetik SR12 Herbal Skincare karena SR12 merupakan kosmetik yang terbuat dari bahan-bahan alami serta produk yang dihasilkan aman untuk segala jenis kulit baik pria maupun wanita. Alasan peneliti melakukan penelitian pada konsumen SR12 Herbal Skincare di Banjarbaru karena ingin mengetahui kepuasan konsumen yang berbelanja, banyak terdapat sub agen yang menjual sekaligus menggunakan produk tersebut dan saya merupakan marketer dari produk kosmetik SR12 Herbal Skincare.

Dengan demikian berdasarkan latar belakang diatas peneliti mengambil judul **“PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KOSMETIK SR12 HERBAL SKINCARE DI KOTA BANJARBARU”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memutuskan untuk menentukan rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Apakah label halal, citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Kosmetik SR12 Herbal Skincare?
2. Apakah label halal, citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Kosmetik SR12 Herbal Skincare?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis label halal, citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Kosmetik SR12 Herbal Skincare
2. Untuk mengetahui dan menganalisis label halal, citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Kosmetik SR12 Herbal Skincare

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Praktis

a. Bagi penulis

Hasil penelitian ini merupakan pengalaman yang sangat berharga di mana penulis dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan sebagai aplikasi sebagian kecil ilmu dari teori yang telah didapatkan selama dibangku perkuliahan.

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan masukan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk memecahkan masalah yang dihadapi terutama mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen.

c. Kegunaan Akademis

1) Bagi Program Studi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan ilmu pengetahuan, khususnya dibidang ilmu ekonomi syariah. Sehingga dapat dijadikan bahan referensi dan kontribusi yang berguna terhadap pengembangan dan ilmu serta wawasan bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2) Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini berguna untuk peneliti lain dalam menambah ilmu, sebagai sumber penelitian serta sebagai informasi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian lebih mendalam tentang masalah ini dengan sudut pandang yang berbeda.

E. Definisi Operasional

Untuk menyatukan persepsi dan menghindari pandangan yang keliru serta kesalahan yang akan terjadi tentang beberapa konsep agar sesuai dengan yang diinginkan, maka terlebih dahulu dikemukakan definisi operasional. Definisi operasional ini diukur dengan menggunakan skala likert yakni dengan bobot score:

1. Sangat Setuju
2. Setuju
3. Kurang Setuju
4. Tidak Setuju
5. Sangat Tidak Setuju

Definisi operasional variabel penelitian yang dapat dilihat melalui tabel di bawah ini:

Tabel ii. Definisi operasional

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala Ukur
Label Halal (X1)	Qardhawi (Ath-Thawil, 2016) mendefinisikan halal sebagai segala perkara yang dibolehkan, tidak mengandung transaksi yang terlarang secara syariat, dan telah memberlangsungkan perkara tersebut.	Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 (dalam Utami, 2013), indikator label halal adalah: <ul style="list-style-type: none"> - Gambar - Tulisan - Kombinasi gambar dan tulisan - Menempel pada kemasan 	Diukur dengan menggunakan angket atau kuesioner dengan menggunakan skala <i>likert</i>

Citra Merek (X2)	Citra merek menurut Kotler dan Keller (2016) adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen.	Terdapat tiga indikator untuk mengukur citra merek suatu produk menurut Keller (2008: 78), yaitu: <ul style="list-style-type: none"> - Kekuatan (<i>strengthnes</i>) - Keunikan (<i>uniqueness</i>) - Kesukaan (<i>favorable</i>) 	Diukur dengan menggunakan angket atau kuesioner dengan menggunakan skala <i>likert</i>
Kualitas Produk (X3)	Kualitas produk menurut Philip Kotler dan Amstrong (2008: 272) adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.	Adapun indikator-indikator kualitas produk dalam penelitian ini menurut Tjiptono (2007: 16-17) adalah: <ul style="list-style-type: none"> - Kinerja (<i>Performance</i>) - Keistimewaan tambahan (<i>Features</i>) - Keandalan (<i>Reability</i>) - Kesesuaian dengan spesifikasi 	Diukur dengan menggunakan angket atau kuesioner dengan menggunakan skala <i>likert</i>

		<p>(<i>conformance to specifications</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Daya tahan (<i>Durability</i>) - Estetika (<i>Aesthetic</i>) 	
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya (Umar, 2005: 50).	<p>Indikator kepuasan konsumen menurut Hawkins dan Lonney yang dikutip dalam Tjiptono (2015: 101) adalah sebagai berikut:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kesesuaian harapan - Minat berkunjung kembali 	Diukur dengan menggunakan angket atau kuesioner dengan menggunakan skala <i>likert</i>

		- Kesiediaan merekomendasi	
--	--	----------------------------	--

F. Penelitian Terdahulu

Penulis telah menemukan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen namun terdapat substansi yang berbeda dengan penelitian ini. Penelitian yang dimaksud adalah sebagai berikut:

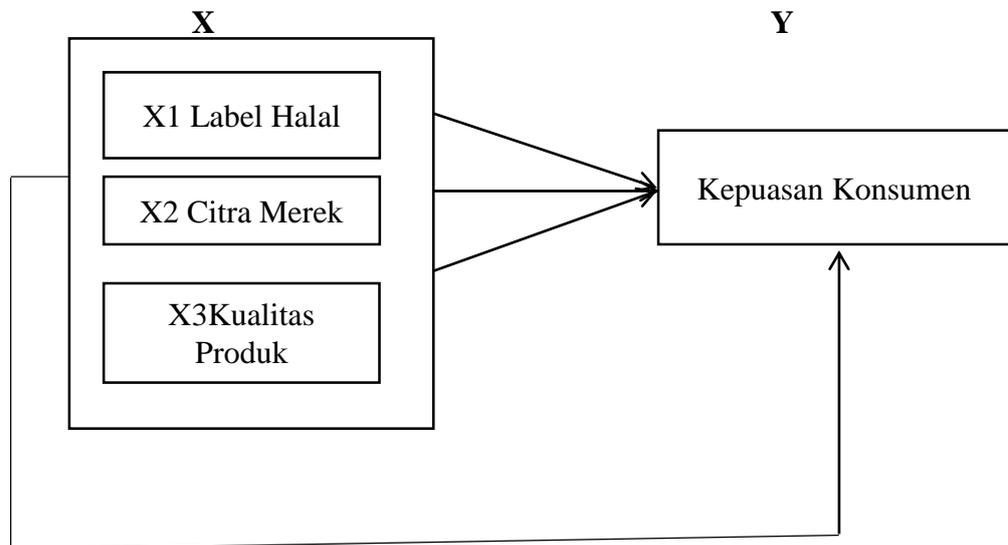
Tabel iii.
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Utami Sulistyaningrum (2014) Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Koki Tappanyaki Express	Variabel independen: Kualitas Produk (X1) Layanan (X2) Variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y)	Variabel kualitas produk dan layanan sama-sama terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.	Dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen tidak menggunakan variabel layanan tetapi menggunakan variabel label halal dan citra merek.

2.	Nelly Yuningsih (2020) Pengaruh Label Halal Dan Citra Merek Produk Air Minum Dalam Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen (Kajian Terhadap Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh)	<p>Variabel independen: Label Halal (X1) Citra Merek (X2)</p> <p>Variabel dependen: Kepuasan Konsumen (Y)</p>	<p>Variabel label halal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan citra merek memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.</p>	<p>Dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menambah variabel kualitas produk.</p>
3.	Fitriani (2019) Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Loyalitas	<p>Variabel independen: Kualitas Produk (X1) Citra Merek (X2)</p> <p>Variabel dependen: Kepuasan Konsumen (Y)</p>	<p>Variabel citra merek tidak berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas produk berpengaruh</p>	<p>Dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menambah variabel label halal.</p>

			positif terhadap kepuasan konsumen.	
4.	Linda Kurniawati (2018) Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Syariah Jurusan Muamalah IAIN Ponogoro	Variabel independen: Label Halal (X1) Harga (X2) Variabel dependen: Kepuasan Konsumen (Y)	Variabel label halal dan harga berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen.	Dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menambah variabel citra merek dan kualitas produk serta tidak menggunakan variabel harga.
5.	Neli Latifah (2015) Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di <i>TAHUBAXO</i> Ibu Puji Ungaran)	Variabel independen: Label Halal (X1) Kualitas Produk (X2) Variabel dependen: Kepuasan Konsumen (Y)	Variabel label halal dan kualitas produk berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.	Dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menambah variabel citra merek.

G. Kerangka Pemikiran Teoritis



H. Hipotesis Penelitian

Secara etimologis kata hipotesis itu terbentuk dari dua kata, yaitu *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang *thesis* berarti pendapat, kedua kata itu kemudian digunakan secara bersama menjadi *hypothesis* dan penyebutannya dalam bahasa Indonesia menjadi hipotesa. Kemudian berubah menjadi hipotesis yang maksudnya merupakan suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna, yang perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui penelitian, pembuktian itu hanya dapat dilakukan dengan menguji hipotesis itu secara empirik atau dengan data lapangan.

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris antara dua variabel. Hipotesis menyatakan hubungan dari apa yang kita inginkan untuk dipelajari, variabel tersebut yaitu variabel bebas atau variabel penyebab, serta variabel terikat atau variabel akibat, hipotesis adalah pernyataan yang diterima untuk sementara sebagai suatu kebenaran berdasarkan logika, teori-teori ilmu pengetahuan dan penelitian-penelitian

terdahulu dalam bidang dan masalah yang sama merupakan dasar kerja serta panduan dan verifikasi (Ma'ruf, 2015: 205).

Ciri-ciri hipotesis menurut Donald yaitu: hipotesis harus memiliki daya penjabar, hipotesis menjelaskan hubungan antar variabel-variabel, hipotesis harus dapat diuji dan hipotesis hendaknya konsisten dengan pengetahuan yang sudah ada (Muh. Fitrah & Luthfiah, 2017: 130).

Maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Simultan

H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal, citra merek dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik SR12 Herbal Skincare.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal, citra merek dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik SR12 Herbal Skincare.

2. Secara Parsial

a. Label Halal

H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik SR12 Herbal Skincare.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik SR12 Herbal Skincare.

b. Citra Merek

H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik SR12 Herbal Skincare.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik SR12 Herbal Skincare.

c. Kualitas Produk

H0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik SR12 Herbal Skincare

Ha : terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik SR12 Herbal Skincare.

I. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini terdiri dari lima bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab. Dan pembahasan ini disusun secara sistematis, sehingga kaitan antara yang satu dengan yang lainnya tidak terputus. Adapun sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, merupakan penjelasan mengenai latar belakang masalah dari penelitian, yang kemudian ditarik secara eksplisit dalam rumusan masalah, sebagai panduan dari tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran teoritis, hipotesis penelitian yang merupakan dugaan sementara terhadap masalah penelitian yang dilakukan dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, pada bab ini peneliti akan menjabarkan mengenai landasan teori, pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN, bab ini menghubungkan antara teoritis dengan penelitian lapangan, maka dibuatlah metode penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, objek dan subjek

penelitian, populasi dan sampel penelitian yang merupakan sasaran utama dari penelitian, operasional variabel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, teknik pengolahan data dan teknik analisis data.

BAB IV LAPORAN HASIL PENELITIAN, bab ini berisi tentang penyajian data dan analisis.

BAB V PENUTUP, dalam bab ini penulis memberikan simpulan terhadap permasalahan yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya, selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran.