

## **BAB IV**

### **LAPORAN ANALISIS PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Pada penelitian ini objek yang digunakan oleh peneliti adalah SR12 Herbal Skincare. SR12 Herbal Skincare merupakan salah satu produk kecantikan dan herbal asli Indonesia yang diproduksi oleh PT. SR12 Herbal Perkasa yang terjamin kualitasnya, telah bersertifikat halal dan sudah terdaftar izin BPOM hingga aman untuk digunakan oleh wanita muslim Indonesia.

##### **2. Sejarah Perkembangan SR12 Herbal Skincare**

SR12 Herbal Skincare merupakan salah satu produk kecantikan dan herbal yang diproduksi oleh PT. SR12 Herbal Perkasa yang berdiri pada tahun 2015 oleh Toni Firmansyah, S.Farm., Apt dan Asrianty Salam, S.Farm (Sukowati. [www.sr12sukowati.com/tentang-perusahaan-sr12/](http://www.sr12sukowati.com/tentang-perusahaan-sr12/) Diakses pada 29 September 2021). Alasan Toni memilih mendirikan kosmetik yang berbahan herbal karena banyak masyarakat beralih ke produk-produk yang terbuat dari bahan alami. Dengan bantuan sang istri, ia pun memulai usaha dibidang ini dengan modal awalnya sekitar Rp. 600 juta. Toni menggunakan dana itu untuk mengembangkan produk. Selama satu tahun setengah, dia dan istri menciptakan formula sekaligus menyiapkan bisnis. Hasilnya, mereka mengeluarkan lima produk perawatan kulit yang

meluncur pada bulan Oktober tahun 2016, yakni krim wajah malam dan pagi, sabun, pembersih dan serum wajah. Untuk produksi ia menyerahkan ke pabrik yang menjadi rekanan. Merek dagang SR12, Toni ambil dari nama apotek miliknya R12 lalu ia menambahkan “S” menjadi SR12 yang artinya *skincare* (perawatan kulit). Untuk pemasaran Toni merekrut lima tenaga penjual yang dulu pernah berkerja bersamanya di perusahaan kosmetik karena mereka orang terlatih, jaringannya banyak dan luas.

Dalam tempo empat bulan Toni sudah bisa balik modal. Ia pun terus menambah produk. Kini jumlahnya lebih dari 60 produk. Seiring permintaan yang terus menanjak, ia pun memutuskan untuk memproduksi sendiri sebagian produk. Untuk itu, dia membangun tiga pabrik. Satu di daerah Serang, Banten, untuk bahan baku. Dua pabrik lagi di Parung dan Bogor, Jawa Barat, untuk produksi. Untuk yang di Jawa Barat, “satu bangun sendiri senilai Rp. 7 Miliar dan satu lagi saya beli Rp. 10 Milliar,” ungkap Toni. Kedua pabriknya baru bisa memproduksi total 300.000 botol per bulan. Padahal dengan produk yang lebih dari 60 item, kebutuhannya mencapai 600.000 botol. Maklum permintaan untuk masing-masing produk sekitar 10.000 botol. Karena itu, dia masih menyerahkan sebagian produksi ke pabrik-pabrik mitra.

Sejauh ini, Toni belum menemui masalah yang terlalu berarti. Satu-satunya problem yang sempat jadi penghalang adalah laporan keuangan.

Awalnya ia tak menggunakan sistem tenaga profesional di bidang keuangan. “Sistem satu persatu saya benahi hingga akhirnya pada awal 2019 sistemnya lengkap,”katanya. Seiring bisnis yang semakin membesar, Toni mengerek status usahanya menjadi Perseroan Terbatas (PT).”jujur saja, sudah banyak investor yang mau masuk dan menawarkan kerjasama atau investasi ke kami, bahkan ditawar ratusan miliar rupiah. Tapi saya masih belum mau dan belum butuh bantuan dari luar,” tegas dia. Saat ini, SR12 Herbal Perkasa punya dua anak usaha dengan total karyawan 300 orang, termasuk di induk. Anak usaha yang pertama bergerak dibidang manufaktur berupa pabrik di Serang dan Bogor. Anak usaha kedua dibidang distribusi obat tradisional yang mengusung merek lain, bukan SR12. Toni membentuk anak usaha lantaran ia punya impian besar membawa SR12 Go International.”Indonesia kan surganya tanaman obat, sudah seharusnya saya sebagai seorang farmasi harus berbuat untuk mulai mengenalkan produk-produk herbal lokal,” ujarnya.

Sebetulnya produk SR12 sudah merambah ke luar negeri. Dari sekitar 9.000 mitra penjual, bebrapa di antaranya berada di Singapura dan Malaysia. Untuk mewujudkan impian Go International yang lebih luas, Toni berencana menambah satu pabrik lagi. Ia akan membeli sebuah pabrik di Bogor dengan nilai Rp. 85 Miliar. Dia juga bakal mengakuisisi sebuah perusahaan obat antibiotik tradisional bernilai Rp.110 Miliar. Setelah berhasil mencaplok perusahaan obat itu, Toni akan menjadikannya sebagai *sister company* masuk grub SR12. ”Jadi, nanti lebih luas lagi bisnis kami. Perusahaan kami masuk ke industri manufaktur di bidang farmasi,” ujarnya

(Riska, Merlinda. [www.peluangusaha.kontan.co.id/news/kisah-tonifirmansyah-mewujudkan-keinginan-jadi-pengusaha-sukses-beromzet-miliaran-1/?page=all](http://www.peluangusaha.kontan.co.id/news/kisah-tonifirmansyah-mewujudkan-keinginan-jadi-pengusaha-sukses-beromzet-miliaran-1/?page=all) Diakses pada 29 September 2021).

### **3. Jenis Usaha dan Jenis Produk**

SR12 atau Skin Relieve 12 adalah nama merek produk perawatan kesehatan dari PT SR12 Herbal Perkasa merupakan perusahaan yang bergerak dalam Distribusi Produk Herbal dan Skincare berdiri tahun 2015 oleh Toni Firmansyah, S.Farm., Apt & Asrianty Salam, S.Farm. Produk perawatan SR12 diformulasikan untuk kulit wajah di iklim tropis seperti Indonesia. Lebih dari 40 macam produk perawatan ini meliputi facial wash/ sabun wajah dengan formula terbaru mampu mengangkat kotoran di kulit wajah lebih maksimal dan juga membantu proses mencerahkan serta mengecilkan pori-pori wajah sehingga wajah akan semakin mulus dan selalu tampil cantik.

Lebih dari 4 tahun SR12 Herbal Skincare berkembang membantu banyak orang di Indonesia untuk mendapatkan perawatan kecantikan untuk memenuhi impian mereka. Menembar manfaat ke masyarakat Indonesia pada khususnya dan masyarakat dunia pada umumnya adalah visi dari perusahaan ini berawal dari sebuah usaha kecil menengah di sebuah Ruko di daerah Jakarta Selatan dengan produk yang masih sedikit jumlah mitra dalam hitungan jari pada tahun 2015. Hal tersebut dapat dilihat dengan diproduksinya produk-produk yang berbahan dasar alami dengan didukung 3 Pabrik yang berdiri di daerah Gunung Sindur Kabupaten Bogor Jawa

Barat. Produk dari SR12 Herbal Skincare ini bervariasi, di antaranya adalah:

- a. **Kosmetik** : Compact Powder Sherepink, Compact Powder Natural, Bedak Daily Cover Natural, Bedak Daily Cover Sheerpink, Eyebrow, Loose Powder.
- a. **Perawatan Tubuh** : Lulur Kopi, Lulur Rempah Bengkoang, Lightening Body Lotion, Whitening Body Lotion, Whitening Body Lotion With Sakura, Body Wash Aloe Vera, Body Wash Aloe Vera Tube, Body Wash Coffe Tube, Deo Spray, Deo Spray Premium Ekstrak Lime. Scrub Cream Coffee, Fragrance Series, Whitening Moisturizing Cream.
- b. **Perawatan Bibir** : Lip Care Cherry, Lip Care Natural, Lip Cream Mate Nude, Lip Cream Mate Red, Lip Cream Mate Pink, Lip Mate Sweet Pink, Lip Mate Nude Berry, Lip Mate Cheries Me, Lip Glow.
- c. **Toner** : Nature Secret Water Spray, Nature Rose Water Spray, Toner Camomile, Toner BHA, Toner AHA
- d. **Pembersih Wajah** : Milk Cleanser, Milk Cleanser Tube, Micellar Water.
- e. **Sabun Muka** : Facial Wash Bulus, Facial Wash Green Tea, Facial Wash Honey, Facial Wash Coffe, Milky Rice Soap, Rice Soap, Honer Soap, Coffe Soap, Bulus Soap.
- f. **Masker Wajah** : Kefir Milk, Kefir Etawa, Kefir Kopi, Coffe Mask, Acne Peel, Shet Mask Brightening, Shet Mask Acne.

- g. **Krim Wajah** : Krasny Night Cream, Krasny Day Cream, Spot Ecens Night Cream, Spot Ecens Day Cream, Brightening Day Cream, Brightening Night Cream, Skin Tightening Cream, Sun Block SPF 30++, Sun Care SPF 15++, Glow Glass Skin, Glow Glass Skin Gel.
- h. **Serum Wajah** : Lightening Serum, Gold Serum, Krasny Serum, Revitalizing Serum.
- i. **Perawatan Jerawat** : Acne Moist, Acne Serum, Acne Toner, Acne Totol.
- j. **Perawatan Rambut**: Alorise Shampoo, Coconut Fresh Shampoo, Conditioner With Parfum, Conditioner Non Parfum.
- k. **Pewarna Kuku**: Nail Polish Peel Off Maroon, Nail Polish Peel Off Pink, Nail Polish Peel Off Nude, Nail Polish Peel Off Turquoise, Nail Polish Peel Off Lavender, Nail Polish Peel Off Lilac.

Produk SR12 Herbal Skincare yang sudah bersertifikat halal adalah sebagai berikut: Lightening Body Lotion, Whitening Body Lotion, Whitenung Body Lotion With Sakura, Facial Wash Bulus, Facial Wash Green Tea, Milky Rice Soap, Rice Soap, Acne Toner, Micellar Water, : Nature Secret Water Spray, Nature Rose Water Spray, Toner Camomile, Skin Tightening Cream, Nail Polish Peel Off Maroon, Nail Polish Peel Off Pink, Nail Polish Peel Off Nude, Nail Polish Peel Off Turquoise, Nail Polish Peel Off Lavender, Nail Polish Peel Off Lilac.

#### 4. Visi dan Misi SR12 Herbal Skincare

**a. Visi**

Menebar manfaat bagi semua orang

**b. Misi**

- 1) Menghasilkan produk yang berkualitas secara berkesinambungan.
- 2) Membangun SDM yang berkualitas dan professional.
- 3) Melakukan perbaikan secara berkesinambungan untuk memberikan nilai tambah.
- 4) Menjalin kerjasama yang berlandaskan asas kemanfaatan bersama.

**5. Karakteristik Responden****a. Usia**

Tabel vi. Data Responden Berdasarkan Usia

Umur	F	%
<20 tahun	11	11%
21 – 35 tahun	72	72%
>36 tahun	17	17%

Sumber : Data diolah SPSS 22, 2021

Berdasarkan karakteristik usia responden pada tabel di atas tersebut, memahami usia konsumen sangat penting karena perbedaan usia akan memengaruhi selera dan kesukaan dalam mengonsumsi suatu produk. Berdasarkan sudut pandang pemasaran, usia dapat dijadikan sebagai penentu segmentasi dan target pasar. Berdasarkan tabel di atas, usia konsumen Kosmetik SR12 Herbal Skincare di Banjarbaru yang

menjadi responden paling banyak berusia 21-35 tahun dengan jumlah 72 orang atau sebesar 72%. Kemudian kelompok usia >36 tahun dengan jumlah 17 orang atau sebesar 17%, dan kelompok usia <20 tahun dengan jumlah 11 orang atau sebesar 11%. Kelompok usia konsumen Kosmetik SR12 Herbal Skincare di Banjarbaru yang paling sedikit adalah <20 tahun dengan jumlah 11 orang atau sebesar 11%. Banyaknya kelompok usia 21 – 35 tahun yang menjadi konsumen Kosmetik SR12 Herbal Skincare di Banjarbaru termasuk pada golongan dewasa muda yang berada pada fase kondisi kulit masa prima sehingga membutuhkan beberapa produk kecantikan baik *make up* ataupun *skincare* untuk menjaga kesehatan tubuh dari usia dini.

#### **b. Jenis Kelamin**

Tabel vii. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	F	%
Laki-Laki	6	6%
Perempuan	94	94%

Sumber : Data diolah SPSS 22, 2021

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel di atas tersebut, terlihat bahwa responden perempuan sebanyak 94 orang atau sebesar 94% dan responden laki-laki sebanyak 6 orang atau sebesar 6%. Sebagian besar responden yang terbanyak adalah responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 94%. Hal tersebut dikarenakan perempuan lebih menyukai produk-produk kosmetik untuk melakukan perawatan pada kulit dibandingkan dengan laki-laki.

### c. Pekerjaan

Tabel viii. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Umur	F	%
Mahasiswa/ Pelajar	20	20%
Ibu Rumah Tangga	30	30%
Pegawai Negeri Sipil	10	10%
Pegawai Swasta	22	22%
Yang Lain	18	18%

Sumber : Data diolah SPSS 22, 2021

Berdasarkan karakteristik pekerjaan responden pada tabel di atas tersebut, profesi dan pekerjaan konsumen dapat menjadi penentu pendapatan yang kemudian akan mempengaruhi proses keputusan pembelian dan pola konsumsi suatu produk. Jenis pekerjaan konsumen Kosmetik SR12 Herbal Skincare di Banjarbaru yang menjadi responden bervariasi. Konsumen dengan profesi ibu rumah tangga merupakan konsumen terbanyak berjumlah 30 orang atau sebesar 30%. Selanjutnya, profesi pegawai swasta berjumlah 22 orang atau sebesar 22%, mahasiswa/ pelajar berjumlah 20 orang atau sebesar 20%, yang lain berjumlah 18 orang atau sebesar 18% dan profesi pegawai negeri sipil jumlahnya 10 orang atau sebesar 10%. Berdasarkan data tersebut, mayoritas konsumen Kosmetik SR12 Herbal Skincare di Banjarbaru adalah ibu rumah tangga. Hal ini

karena ibu rumah tangga ingin menghindari gangguan kulit yang muncul akibat hormon pada kulit, ingin menjaga kesehatan kulit dan ingin melakukan perawatan pada kulit agar bisa memulihkan tenaga serta menenangkan pikiran.

## 6. Deskripsi Hasil Penelitian

### a. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Label Halal (X1)

#### 1) Tanggapan Responden Label Halal Yang Dikeluarkan LPPOM-MUI

Tabel ix. Tanggapan Responden Label Halal Yang Dikeluarkan LPPOM-MUI

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	1	1%
4	Setuju	26	26%
5	Sangat Setuju	71	71%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 71 orang atau 71%, kemudian jawaban setuju dengan jumlah 26 orang atau 26%, selanjutnya jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 2 orang atau 4%, dan jawaban kurang setuju dengan jumlah 1 orang atau 1%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

**2) Tanggapan Responden Logo Halal Menjadi Pertimbangan  
Dalam Membeli Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare**

Tabel x. Tanggapan Responden Logo Halal Menjadi  
Pertimbangan Dalam Membeli Produk Kosmetik SR12  
Herbal Skincare

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Kurang Setuju	3	3%
4	Setuju	19	19%
5	Sangat Setuju	76	76%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 76 orang atau 76%, kemudian jawaban setuju dengan jumlah 19 orang atau 19%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 3 orang atau 3%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau 1%, sedangkan sangat tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau 1%.

**3) Tanggapan Responden Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Yang Berlogo Halal Telah Melalui Serangkaian Proses Uji Halal Yang Ketat Oleh MUI**

Tabel xi. Tanggapan Responden Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Yang Berlogo Halal Telah Melalui Serangkaian Proses Uji Halal Yang Ketat Oleh MUI

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	2	2%
4	Setuju	29	29%
5	Sangat Setuju	69	69%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 69 orang atau 69%, kemudian jawaban setuju dengan jumlah 29 orang atau 29%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 2 orang atau 2%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

**4) Tanggapan Responden Lebih Memilih Produk Kosmetik Berlogo Halal Dari Pada Produk Yang Tidak Berlogo Halal**

Tabel xii. Tanggapan Responden Lebih Memilih Produk Kosmetik Berlogo Halal Dari Pada Produk Yang Tidak Berlogo Halal

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	4	4%
4	Setuju	18	18%
5	Sangat Setuju	78	78%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 78 orang atau 76%, kemudian jawaban setuju dengan jumlah 18 orang atau 18%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 4 orang atau 4%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

**5) Tanggapan Responden Letak Label Halal Mudah Ditemukan Karena Menempel Pada Kemasan Produk Kosmetik**

Tabel xiii. Tanggapan Responden Letak Label Halal Mudah  
Ditemukan Karena Menempel Pada Kemasan Produk  
Kosmetik

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Kurang Setuju	1	1%
4	Setuju	34	34%
5	Sangat Setuju	63	63%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 63 orang atau 63%, kemudian jawaban setuju dengan jumlah 34 orang atau 34%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 1 orang atau 1%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 orang atau 2%, sedangkan sangat tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

**b. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X2)**

**1) Tanggapan Responden Sudah Mengenal Lama Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare**

Tabel xiv. Tanggapan Responden Sudah Mengenal Lama  
Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%

2	Tidak Setuju	5	5%
3	Kurang Setuju	12	12%
4	Setuju	43	43%
5	Sangat Setuju	39	39%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 43 orang atau 43%, kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 39 orang atau 39%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 12 orang atau 12%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 5 orang atau 5%, sedangkan sangat tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau 1%.

## **2) Tanggapan Responden SR12 Herbal Skincare Dikenal Sebagai Produk Kosmetik Yang Terbuat Dari Bahan Herbal dan Aman Dipakai**

Tabel xv. Tanggapan Responden SR12 Herbal Skincare Dikenal Sebagai Produk Kosmetik Yang Terbuat Dari Bahan Herbal dan Aman Dipakai

<b>No</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	4	4%
4	Setuju	39	39%
5	Sangat Setuju	57	57%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 57 orang atau 57%, kemudian jawaban setuju dengan jumlah 39 orang atau 39%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 4 orang atau 4%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

### **3) Tanggapan Responden Lebih Percaya Diri Setelah Menggunakan Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare**

Tabel xvi. Tanggapan Responden Lebih Percaya Diri Setelah Menggunakan Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	10	10%
4	Setuju	44	44%
5	Sangat Setuju	45	45%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 45 orang atau 45%, kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 44 orang atau 44%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 10 orang atau 10%, dan jawaban sangat tidak

setuju dengan jumlah 1 orang atau 1%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

#### **4) Tanggapan Responden SR12 Herbal Skincare Memiliki Bahan Yang Aman Digunakan Bagi Semua Jenis Kulit**

Tabel xvii. Tanggapan Responden SR12 Herbal Skincare Memiliki Bahan Yang Aman Digunakan Bagi Semua Jenis Kulit

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	5	5%
4	Setuju	53	53%
5	Sangat Setuju	42	42%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 53 orang atau 53%, kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 42 orang atau 42%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 5 orang atau 5%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

**5) Tanggapan Responden Selalu Membeli Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Meski Banyak Produk Berkualitas Yang Lain**

Tabel xviii. Tanggapan Responden Selalu Membeli Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Meski Banyak Produk Berkualitas Yang Lain

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	5	5%
3	Kurang Setuju	16	16%
4	Setuju	45	45%
5	Sangat Setuju	32	32%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 45 orang atau 45%, kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 32 orang atau 32%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 16 orang atau 16%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 5 orang atau 5%, sedangkan sangat tidak setuju dengan jumlah 2 orang atau 2%.

c. **Penjelasan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X3)**

1) **Tanggapan Responden PT. SR12 Herbal Perkasa Memiliki Kinerja Yang Baik** (Bagi Yang Pernah Berkomunikasi Dengan Perusahaan Langsung)

Tabel xix. Tanggapan Responden PT. SR12 Herbal Perkasa  
Memiliki Kinerja Yang Baik

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	7	7%
4	Setuju	45	45%
5	Sangat Setuju	47	47%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 47 orang atau 47%, kemudian jawaban setuju dengan jumlah 45 orang atau 45%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 7 orang atau 7%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau 1%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

2) **Tanggapan Responden Kosmetik SR12 Herbal Skincare Dikenal Sebagai Produk Kosmetik Dengan Kualitas Baik**

**Dan Memiliki Keistimewaan Tambahan Dari Kosmetik Lain**

Tabel xx. Tanggapan Responden Kosmetik SR12 Herbal Skincare Dikenal Sebagai Produk Kosmetik Dengan Kualitas Baik Dan Memiliki Keistimewaan Tambahan Dari Kosmetik Lain

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	10	10%
4	Setuju	48	48%
5	Sangat Setuju	42	42%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 48 orang atau 48%, kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 42 orang atau 42%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 10 orang atau 10%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

**3) Tanggapan Responden Membeli Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Karena Menyediakan Berbagai Macam Produk Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumen**

Tabel xxi. Tanggapan Responden Membeli Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Karena Menyediakan Berbagai Macam Produk Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumen

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	10	10%
4	Setuju	41	41%
5	Sangat Setuju	49	49%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 49 orang atau 49%, kemudian jawaban setuju dengan jumlah 41 orang atau 41%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 10 orang atau 10%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

#### 4) Tanggapan Responden Kosmetik SR12 Herbal Skincare Memiliki Daya Tahan Yang Sangat Baik

Tabel xxii. Tanggapan Responden Kosmetik SR12 Herbal Skincare Memiliki Daya Tahan Yang Sangat Baik

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%

2	Tidak Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	5	5%
4	Setuju	50	50%
5	Sangat Setuju	45	45%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 50 orang atau 50%, kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 45 orang atau 45%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 5 orang atau 5%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

#### **5) Tanggapan Responden Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Yang Dijual Selalu Dijamin Ketersediaannya**

Tabel xxiii. Tanggapan Responden Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Yang Dijual Selalu Dijamin Ketersediaannya

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	9	9%
4	Setuju	53	53%
5	Sangat Setuju	38	38%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 53 orang atau 53%, kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 38 orang atau 38%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 9 orang atau 9%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

**6) Tanggapan Responden Bahwa Produk Yang Dijual Memiliki Desain Dan Kemasan Yang Menarik**

Tabel xxiv. Tanggapan Responden Bahwa Produk Yang Dijual Memiliki Desain Dan Kemasan Yang Menarik

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Kurang Setuju	3	3%
4	Setuju	51	51%
5	Sangat Setuju	44	44%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 51 orang atau 51%, kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 44 orang atau 44%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 3 orang atau 3%, dan jawaban tidak setuju dengan

jumlah 2 orang atau 2%, sedangkan sangat tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

**d. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y1)**

**1) Tanggapan Responden Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Bisa Memenuhi Harapan Untuk Tampil Lebih Cantik**

Tabel xxv. Tanggapan Responden Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Bisa Memenuhi Harapan Untuk Tampil Lebih Cantik

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Kurang Setuju	11	11%
4	Setuju	48	48%
5	Sangat Setuju	40	40%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 48 orang atau 48%, kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 40 orang atau 40%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 11 orang atau 11%, dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau 1%, sedangkan sangat tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

## 2) Tanggapan Responden Senang Menggunakan Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare

Tabel xxvi. Tanggapan Responden Senang Menggunakan Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	9	9%
4	Setuju	48	48%
5	Sangat Setuju	43	43%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 48 orang atau 48%, kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 43 orang atau 43%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 9 orang atau 9%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

## 3) Tanggapan Responden Puas Dengan Hasil Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Yang Membuat Semakin Cantik

Tabel xxvii. Tanggapan Responden Puas Dengan Hasil Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Yang Membuat Semakin Cantik

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	9	9%
4	Setuju	52	52%
5	Sangat Setuju	39	39%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 52 orang atau 52%, kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 39 orang atau 39%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 9 orang atau 9%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

#### **4) Tanggapan Responden Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Dengan Harga Yang Terjangkau**

Tabel xxviii. Tanggapan Responden Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Dengan Harga Yang Terjangkau

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	1	1%

3	Kurang Setuju	13	13%
4	Setuju	50	50%
5	Sangat Setuju	35	35%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 50 orang atau 50%, kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 35 orang atau 35%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 13 orang atau 13%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau 1%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau 1%.

#### **5) Tanggapan Responden Biaya Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Sesuai Dengan Kualitas Yang Ditawarkan**

Tabel xxix. Tanggapan Responden Biaya Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Sesuai Dengan Kualitas Yang Ditawarkan

<b>No</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	7	7%
4	Setuju	44	44%
5	Sangat Setuju	48	48%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan dari data pada tabel di atas tersebut, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 48 orang atau 48%, kemudian jawaban setuju dengan jumlah 44 orang atau 44%, selanjutnya jawaban kurang setuju dengan jumlah 7 orang atau 7%, dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau 1%, sedangkan tidak setuju dengan jumlah 0 orang atau 0%.

## **B. Analisis Data dan Hasil Penelitian**

### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisiner**

#### **a. Uji Validitas**

Untuk mendukung analisis regresi dilakukan uji validitas dan reabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana data yang didapatkan melalui instrumen penelitian (dalam hal ini kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur (Abdullah, 2015: 256). Pengujian menggunakan 2 sisi dengan taraf signifikan 0.05 jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid), dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dinyatakan tidak valid. Untuk melakukan uji validitas dilihat dari tabel Item- Total Statistik SPSS 22. Adapun hasil outputnya dapat dilihat dengan tabel di bawah ini:

Tabel xxx. Hasil Uji Validitas Tabel

<b>Variabel</b>	<b>Item Pertanyaan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Label Halal (X1)	X <sub>1.1</sub>	0,454	0,323	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,492	0,323	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,556	0,323	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0,506	0,323	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0,600	0,323	Valid
Citra Merek (X2)	X <sub>2.1</sub>	0,681	0,323	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,835	0,323	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,887	0,323	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,865	0,323	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0,895	0,323	Valid
Kualitas Produk (X3)	X <sub>3.1</sub>	0,710	0,323	Valid
	X <sub>3.2</sub>	0,750	0,323	Valid
	X <sub>3.3</sub>	0,760	0,323	Valid
	X <sub>3.4</sub>	0,746	0,323	Valid
	X <sub>3.5</sub>	0,617	0,323	Valid
	X <sub>3.6</sub>	0,902	0,323	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,871	0,323	Valid
	Y.2	0,951	0,323	Valid
	Y.3	0,918	0,323	Valid
	Y.4	0,719	0,323	Valid
	Y.5	0,784	0,323	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 25, maka nilai  $r$  tabel dapat diperoleh melalui tabel tingkat signifikansi untuk uji dua arah dan taraf kesalahan 10%, maka  $r$  tabel = 0,323. Dapat terlihat secara keseluruhan bahwa item pertanyaan pada variabel X1, variabel X2, variabel X3 dan variabel Y dapat dinyatakan valid semua. Indikator yang digunakan untuk menilai variabel-variabel tersebut dalam penelitian ini harus memenuhi syarat agar hasilnya valid, yaitu  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari masing-masing variabel sudah mencapai standar ketentuan dan dapat digunakan dalam penelitian.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas merupakan tingkat keandalan suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Jainuri, 2019: 31). Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner, sehingga saat diberikan berulang akan mendapatkan hasil yang konsisten. Uji reliabilitas menggunakan program SPSS. Teknik yang digunakan untuk uji reliabilitas ini adalah teknik *Cronbach's Alpha*. Adapun pengukuran pada tingkat *alpha* dikerjakan dengan menggunakan alat SPSS 22. Hasil dari uji reliabilitas yang sudah dilakukan pada instrumen penelitian ini terdapat pada tabel di bawah ini :

Tabel xxxi. Hasil Uji Reliabilitas Variabel

<b>r<sub>11</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
0,763	0,323	Reliabel

Sumber : Data primer di olah, 2021

Berdasarkan tabel di atas output SPSS tersebut diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,763. Nilai tersebut dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  dengan  $N= 25$  pada signifikansi 10% maka diperoleh nilai  $r_{tabel} = 0,323$ . Karena nilai  $0,763 > 0,323$  maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut reliabel atau dapat dipercaya dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Jadi dalam hal ini yang diuji normalitas bukan masing-masing variabel independen dan dependen tetapi nilai residual yang dihasilkan dari model regresi. Untuk mengidentifikasi adanya pelanggaran asumsi normalitas, dapat dilakukan dengan Uji Kolmogorov-Smirniv, uji Anderson-Darling, uji Shapiro-Wilk, dan uji Jarque-Bera.

Aturan Kolmogorov-Smirniv, yaitu:

- a) Jika probabilitas Kolmogorov-Smirniv  $>0,05$  maka residualnya berdistribusi normal.

- b) Jika probabilitas Kolmogorov-Smirnov  $< 0,05$  maka residualnya berdistribusi tidak normal.

Tabel xxxii. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,160

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas uji normalitas menggunakan pengujian *Kolmogorov-Smirnov* diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,160 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dalam dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* di atas, dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

#### b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk menguji apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik (Ghozali, 2013: 166).

Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji linearitas adalah jika nilai *sig. deviation from linearity*  $> 0,05$  maka terdapat hubungan yang linear antara variabel independen dengan variabel

dependen (Pramesti, 2016: 70). Hasil dari uji linearitas adalah sebagai berikut :

Tabel xxxiii. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig. Deviation from Linearity	Keterangan
Label Halal (X1)	0,129	Linear
Citra Merek (X2)	0,082	Linear
Kualitas Produk (X3)	0,100	Linear

Sumber : Data primer di olah, 2021

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai Sig. Deviation from Linearity Sig. variabel label halal (X1) sebesar 0,129, variabel citra merek (X2) sebesar 0,082 dan variabel kualitas produk (X3) sebesar 0,100 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel label halal (X1), citra merek (X2) dan kualitas produk (X3) dengan variabel kepuasan konsumen (Y).

#### **b. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a. Nilai R<sup>2</sup> yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.

- b. Menganalisis korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (di atas 0,90) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.
- c. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari VIF, jika  $VIF < 10$  maka tingkat kolonieritas dapat ditoleransi.
- d. Nilai eigenvalue sejumlah satu atau lebih variabel bebas yang mendekati nol memberikan petunjuk adanya multikolonieritas (Wijaya, 2016: 44)

Tabel xxxiv. Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Label Halal (X1)	0,717	1,394
Citra Merek (X2)	0,273	3,658
Kualitas Produk (X3)	0,280	3,573

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *tolerance* variabel label halal (X1) adalah sebesar 0,717, variabel citra merek (X2) adalah sebesar 0,273 dan variabel kualitas produk (X3) adalah sebesar 0,280 yang berarti lebih besar dari 0,10. Selanjutnya dilihat berdasarkan nilai VIF hasil uji multikolonieritas di atas memiliki nilai label halal (X1) = 1,394, citra merek (X2)

= 3,658 dan kualitas produk ( $X_3$ ) = 3,573 yang berarti lebih kecil dari 10,00. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

**a. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas, jika berbeda disebut Heteroskedastisitas, model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas (Ghozali, 2013: 139).

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas salah satunya dengan menggunakan metode Glesjer yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel bebas. Untuk pengambilan keputusannya adalah jika signifikansi lebih dari nilai alpha 0,05 maka data tidak mengandung heteroskedastisitas, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka terdapat gejala heteroskedastisitas (Gujarati dalam Ghozali, 2013). Adapun hasil heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

Tabel xxxv. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
1 (Constant)	
Label Halal (X1)	0,254
Citra Merek (X2)	0,328
Kualitas Produk (X3)	0,717

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel label halal (X1) adalah sebesar 0,254, untuk variabel citra merek (X2) adalah sebesar 0,328 dan untuk variabel kualitas produk (X3) adalah sebesar 0,717. Karena nilai signifikansi ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glesjer dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

### 3. Uji Hipotesis dan Analisis Regresi

#### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan alat analisis yang menggunakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuannya adalah untuk membuat prediksi (perkiraan) yang dapat dipercaya (Quadratullah, 2013). Analisis ini digunakan untuk meramalkan nilai dari pengaruh variabel independen yang lebih dari satu

terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Tabel xxxvi. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	5,321	2,286
Label Halal (X1)	-0,166	0,079
Citra Merek (X2)	0,524	0,085
Kualitas Produk (X3)	0,330	0,091

Sumber : Data primer di olah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dari analisis regresi dalam penelitian ini menggunakan standar koefisien. Maka persamaan linear dari hasil regresi yang terdapat pada tabel adalah sebagai berikut :

$$Y = 5,321 - 0,166X_1 + 0,524X_2 + 0,330X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut di atas dapat diartikan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta bernilai sebesar 5,321 hal ini menyatakan apabila variabel label halal, citra merek dan kualitas produk konstan, maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan sebesar 5,321.

- 2) Nilai koefisien regresi variabel label halal (X1) sebesar -0,166 dan bernilai negatif sehingga hal ini menunjukkan apabila variabel label halal turun sebesar 1 poin, sementara variabel independen lainnya tetap, maka variabel kepuasan konsumen akan menurun juga sebesar -0,166 begitupun sebaliknya.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel citra merek (X2) sebesar 0,524 dan bernilai positif sehingga hal ini menunjukkan apabila variabel citra merek naik sebesar 1 poin, sementara variabel independen lainnya tetap, maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan juga sebesar 0,524 begitupun sebaliknya.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X3) sebesar 0,330 dan bernilai positif sehingga hal ini menunjukkan apabila variabel kualitas produk naik sebesar 1 poin, sementara variabel independen lainnya tetap, maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan juga sebesar 0,330 begitupun sebaliknya.

#### **b. Uji Koefisien Determenasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi pada prinsipnya untuk mengukur seberapa kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Apabila nilai koefisien determinasi dalam regresi semakin

kecil (mendekati nol) berarti semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependennya (Sugiyono, 2008: 280). Sifat koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\text{Nilai } 0 \leq R^2 \leq 1$$

i.  $R^2 = 0$ , berarti model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan nilai variabel dependen, hal ini disebabkan karena tidak adanya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

ii.  $R^2 = 1$ , berarti bahwa model regresi yang terbentuk dapat meramalkan nilai variabel dependen dengan sempurna.

Tabel xxxvii. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R square	Adjusted R Square
0,856	0,733	0,725

Sumber : Data primer di olah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi R sebesar 0,856 artinya ada hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen karena nilai tersebut mendekati 1. Koefisien determinasi atau pengaruh label halal, citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen ditunjukkan oleh nilai  $R^2$  yaitu sebesar 0,733 atau 73,3% artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 73,3% sedangkan sisanya 26,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di masukkan ke dalam penelitian ini.

c. Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi 0,05. Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013: 98).

Tabel xxxviii. Hasil Uji F

Variabel	F	Sig
Regression	87,933	0,000
Residual		
Total		

Sumber : Data primer di olah, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa dari hasil uji ANOVA atau uji F (secara simultan) memiliki nilai F sebesar 87,933 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara

bersama-sama atau simultan variabel label halal, citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

#### d. Uji T (Uji Secara Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variable-variabel bebas yang digunakan dalam model persamaan regresi, berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variable terikat.
- 2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, berarti tidak terdapat pengaruh dari variable bebas terhadap variable terikat.  $H_a$  diterima, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$ .

Tabel xxxix. Hasil Uji T

Variabel	Koefisien Regresi B	Sig.t
Label Halal	-0,166	0,038
Citra Merek	0,524	0,000
Kualitas Produk	0,330	0,000

Sumber : Data primer di olah, 2021

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a) Uji t terhadap variabel label halal berdasarkan hasil pengujian di atas, didapatkan hasil estimasi variabel label halal memiliki koefisien regresi sebesar  $-0,166$  yang memiliki arah negative dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,038$  yang berarti lebih kecil dari  $0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa label halal memiliki arah yang negatif dan signifikan sehingga secara parsial penelitian ini diterima dan mendukung variabel label halal yang berarti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- b) Uji t terhadap variabel citra merek berdasarkan hasil pengujian di atas, didapatkan hasil estimasi variabel citra merek memiliki koefisien regresi sebesar  $0,524$  yang memiliki arah positif dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000$  yang berarti lebih kecil dari  $0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa citra merek memiliki arah yang positif dan signifikan sehingga secara parsial penelitian ini diterima dan mendukung variabel citra merek yang berarti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- c) Uji t terhadap variabel kualitas produk berdasarkan hasil pengujian di atas, didapatkan hasil estimasi variabel kualitas produk memiliki koefisien regresi sebesar  $0,330$  yang memiliki arah positif dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000$  yang berarti lebih kecil dari  $0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa citra merek memiliki arah yang positif dan signifikan

sehingga secara parsial penelitian ini diterima dan mendukung variabel kualitas produk yang berarti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### C. Pembahasan dan Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kosmetik SR12 Herbal Skincare Di Kota Banjarbaru” diperoleh hasil sebagai berikut :

#### 1. Secara Simultan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel label halal, citra merek dan kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya ada pengaruh dari variabel label halal, citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Dalam agama Islam, seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mementingkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersifat *israf* (royal) dan *tabzir* (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsinya. Konsumen dalam menggunakan suatu produk harus mempertimbangkan variabel-variabel yang baik agar tidak terjadi kerugian baik untuk diri sendiri, orang lain ataupun lingkungan sekitar. Konsumen harus memikirkan faktor label halal, citra

merek dan kualitas produk untuk menggunakan produk kosmetik karena hal tersebut banyak memberikan kemaslahatan.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai variabel label halal, citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik SR12 Herbal Skincare Di Kota Banjarbaru, tanggapan para konsumen sangat baik sehingga terbukti bahwa label halal, citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik SR12 Herbal Skincare Di Kota Banjarbaru.

## 2. Secara Parsial

### a. Pengaruh Label Halal (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel label halal memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,038 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak, yang artinya ada pengaruh dari variabel label halal terhadap kepuasan konsumen.

Nilai koefisien regresi berpengaruh disini dapat diartikan bahwa semakin tinggi label halal diterapkan di dalam produk kosmetik SR12 Herbal Skincare maka semakin meningkat kepuasan konsumen terhadap produk kosmetik SR12 Herbal Skincare, begitu pula sebaliknya semakin rendah label halal diterapkan dalam produk kosmetik SR12 Herbal Skincare maka semakin menurun tingkat kepuasan konsumen terhadap produk kosmetik SR12 Herbal Skincare.

Berdasarkan peraturan pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label halal, label halal adalah setiap keterangan mengenai

pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang ditempelkan pada bagian kemasan. Adanya label halal menyebabkan kepuasan pembelian konsumen dan penjualan meningkat. Label halal merupakan bukti keyakinan bahwa suatu produk layak dipercaya sebagai produk halal. Label halal memberikan kepastian hukum kepada konsumen. Label halal juga menunjukkan kualitas produk karena sudah terjamin kehalalannya serta mutu dari produk tersebut.

Mengonsumsi produk halal merupakan salah satu anjuran yang terdapat dalam kitab suci Al-Qur'an dan juga perintah langsung dari Allah SWT untuk kemaslahatan manusia itu sendiri, keterangan mengenai halal pada produk yang ditawarkan memiliki makna yang sangat penting dan bertujuan untuk melindungi masyarakat muslim agar terhindar dari mengonsumsi produk yang haram.

Hasil penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Linda Kurniawati (2018) dan Neli Latifah (2015) yang menyatakan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan penelitian ini menyatakan bahwa label halal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini tidak mendukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Nelly Yuningsih (2020) karena penelitian tersebut menyatakan bahwa label halal tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengaruh Citra Merek (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak, yang artinya ada pengaruh dari variabel citra merek terhadap kepuasan konsumen.

Nilai koefisien regresi berpengaruh disini dapat diartikan bahwa semakin tinggi citra merek diterapkan didalam produk kosmetik SR12 Herbal Skincare maka semakin meningkat kepuasan konsumen terhadap produk kosmetik SR12 Herbal Skincare, begitu pula sebaliknya semakin rendah citra merek diterapkan dalam produk kosmetik SR12 Herbal Skincare maka semakin menurun tingkat kepuasan konsumen terhadap produk kosmetik SR12 Herbal Skincare.

Menurut Keller citra merek merupakan gambaran lengkap dalam jiwa (rohani) tentang sebuah merek yang dimiliki oleh konsumen yang secara banyak atau sedikit sadar akan merek tersebut. Citra merek yang positif diciptakan oleh program pemasaran yang mengaitkan asosiasi yang kuat, menguntungkan dan unik dengan merek dalam memori. Yang berarti apabila citra merek suatu perusahaan baik dan dikenal oleh banyak konsumen maka para konsumen akan merasa puas dan akan setia lebih lama menggunakan produk tersebut. Dalam proses pengembangan citra merek harus diketahui bahwa merek yang kuat memiliki identitas yang jelas. Konsumen umumnya menginginkan sesuatu yang unik dan khas

yang berhubungan dengan merek. Ketidakcocokan citra merek dengan harapan konsumen akan memberikan kesempatan kepada pesaing (Roslina, 2010).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nelly Yuningsih (2020) yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fitriani (2019) yang menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

c. Pengaruh Kualitas Produk (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak, yang artinya ada pengaruh dari variabel citra merek terhadap kepuasan konsumen.

Nilai koefisien regresi berpengaruh di sini dapat diartikan bahwa semakin tinggi kualitas produk diterapkan di dalam produk kosmetik SR12 Herbal Skincare maka semakin meningkat kepuasan konsumen terhadap produk kosmetik SR12 Herbal Skincare, begitu pula sebaliknya semakin rendah kualitas produk diterapkan dalam produk kosmetik SR12 Herbal Skincare maka semakin menurun tingkat kepuasan konsumen terhadap produk kosmetik SR12 Herbal Skincare.

Kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama untuk pemasaran produk karena memiliki dampak langsung

pada kinerja produk. Untuk itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan konsumen. Apabila perusahaan memberikan kualitas produk yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas, namun sebaliknya apabila kualitas produk yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa tidak puas. Pemenuhan harapan konsumen sangat perlu diperhatikan hal ini untuk menarik hati konsumen agar menjadi konsumen yang setia terhadap produk kosmetik SR12 Herbal Skincare. Kepuasan konsumen dianggap sebagai gagasan yang penting dan menjadi tujuan utama dalam pemasaran (Erevelles dan Levit, 1992).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fitriani (2019), Utari Sulityaningrum (2014) dan Neli Latifah (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.