

BAB IV
ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Kecamatan Kertak Hanyar

Kecamatan Kertak Hanyar merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Kecamatan Kertak Hanyar terdiri dari 3 kelurahan dan 10 desa. Kecamatan Kertak Hanyar Kabupaten Banjar dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Banjar Nomor 8 Tahun 2021 tentang perubahan atas Peraturan Daerah Kabupaten Banjar Nomor 13 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah tentang susunan organisasi dan tata kerja yang mempunyai tugas yaitu menangani sebagian unsur otonomi daerah dalam rangka pelaksanaan pemerintah, pembangunan dan kemasyarakatan di wilayah Kecamatan tertentu.

b. Kondisi Geografis Kecamatan Kertak Hanyar

1) Letak

Tabel 4. 1 Letak

| Rincian | Keterangan |
|-------------------|---|
| - Bujur Timur | 3° 27 ¹ 29 ¹¹ – |
| - Lintang Selatan | 114° 45 ¹ 47 ¹¹ – |

(Sumber: diolah 2024)

2) Batas-Batas

Tabel 4. 2 Batas-Batas

| | |
|-----------|-----------------------|
| - Utara | Kotamadya Banjarmasin |
| - Selatan | Kec. Gambut |
| - Timur | Kec. Sungai Tabuk |
| - Barat | Kec. Tatah Makmur |

(Sumber: diolah 2024)

3) Luas Wilayah Menurut Kelurahan dan Desa di Kecamatan Kertak Hanyar

Tabel 4. 3 Luas Wilayah

| Kelurahan / Desa | Luas Wilayah Km² |
|-------------------------|------------------------------------|
| Kertak Hanyar I | 2,20 |
| Manarap Lama | 1,00 |
| Mandar Sari | 2,03 |
| Banua Hanyar | 4,75 |
| Kertak Hanyar II | 2,20 |
| Manarap Baru | 8,00 |
| Manarap Tengah | 2,20 |
| Mekar Raya | 2,00 |
| Pasar Kamis | 6,00 |
| Simpang Empat | 7,50 |
| Sungai Lakum | 4,15 |

| | |
|----------------------|--------------|
| Tatah Belayung Baru | 2,10 |
| Tatah Pemangkih Laut | 2,75 |
| Jumlah | 45,83 |

(Sumber: diolah 2024)

c. Visi dan Misi

1) Visi

Mewujudkan Kecamatan Kertak Hanyar yang tertib dan agamis.

2) Misi

- a) Iklim pembangunan yang berwawasan pembangunan.
- b) Semangat pelayanan masyarakat yang prima.
- c) Meningkatkan stabilitas keamanan dan ketertiban masyarakat umum (taat hukum).
- d) Aplikasi pemberdayaan ekonomi kerakyatan.
- e) Terciptanya suasana kehidupan yang islami sebagai modal dasar penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan dan kegiatan kemasyarakatan.
- f) Memberikan kontribusi bagi peningkatan PAD Kab.Banjar dari sektor PBB.

2. Gambaran Umum Perusahaan

a. Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan PT Wahana Kosmetika Indonesia berdiri sejak tahun 2002. Perusahaan ini menjadi perusahaan pemasok yang membuat solusi atas produk *body care* dan personal care terhadap klien salon dan hotel-hotel bintang lima. Pertama kali perusahaan ini melayani produksi adalah untuk brand kosmetik dengan merek Azarine yang termasuk produk resep Spa Herbal khas Indonesia. PT. Wahana Kosmetika Indonesia (PT. WKI) terletak di Kota Sidoarjo dengan lokasi strategis yang memudahkan klien untuk mendistribusikan produknya. PT. WKI juga memiliki tim profesional ditunjang dengan alat-alat canggih dan bahan berkualitas untuk dapat mengembangkan konsep yang klien inginkan dan mewujudkannya menjadi kenyataan.

Semua produk yang dikembangkan oleh PT WKI telah terdaftar di dalam BPOM. Pada tahun 2017 perusahaan mendapatkan sertifikat CPKB (Cara Pembuatan Kosmetik Baik) dari Badan Pengawas Obat dan Makanan Pemerintah Indonesia. Dengan selesai dibangunnya pabrik modern dan berteknologi tinggi pada tahun 2018, produksi dipindahkan ke gedung yang baru. Pabrik dibangun dengan standar internasional dengan integrasi sistem dan teknologi otomasi. Pabrik dilengkapi dengan mesin-mesin modern dan sumber daya manusia yang kompeten untuk memastikan produk aman dan memiliki jaminan kualitas yang baik.

b. Sejarah Azarine Cosmetics

Azarine diproduksi oleh PT. Wahana Kosmetika Indonesia yang berkantor pusat di Kab. Sidoarjo Jawa Timur. Perusahaan ini dikembangkan sendiri oleh Brian Lazuardi Tjahyanto kakak dari Cella Vanessa Tjahyanto. Brian Tjahyanto mengawali karirnya menjadi CEO PT Wahana kosmetika Indonesia sejak tahun 2015. PT. Wahana Kosmetika Indonesia memiliki fasilitas yang sangat memadai, dari segi ketersediaan mesin pembuatan, kelengkapan fasilitas lab, dan kemampuan divisi *research and development* untuk melayani pembuatan kosmetik sesuai dengan standar Cara Pembuatan Kosmetik Baik (CPKB) yang sudah ditetapkan oleh pemerintah Indonesia. Perusahaan ini juga mampu melakukan pembuatan produk berkualitas bertaraf internasional.

Azarine merupakan salah satu brand kecantikan lokal yang sudah berdiri sejak tahun 2002. Awalnya Azarine lebih dikenal sebagai brand yang menyediakan berbagai produk perawatan spa dan salon. Namun di tahun 2015, Cella Vanessa Tjahyanto mencoba melakukan rebranding hingga melakukan berbagai terobosan, sehingga kini sukses menjadi salah satu *beauty brand* lokal yang mampu berkolaborasi dengan beberapa aktor ternama Korea Selatan dan juga menjadi brand skincare lokal pertama yang berkolaborasi dengan *Marvel Cinematic Universe* (MCU). Azarine cosmetic dan Marvel memiliki slogan yang hamper mirip untuk diangkat di tahun 2022, yaitu “*Feel The Power*” dari azarine dan “*Fine The Power*” dari MCU, yang mana kampanye tersebut yang

akhirnya melahirkan produk kolaborasi berupa 12 jenis serum Azarine X Marvel, yang mana memiliki kemampuan untuk mengatasi masing-masing permasalahan kulit yang tentunya sudah memiliki sertifikat BPOM dan sudah memiliki sertifikat halal, serta layak edar sehingga sangat aman digunakan untuk proses perawatan kulit sehari-hari.

c. Produk Azarine

Tabel 4. 4 Jenis Produk Azarine

| No | Nama Produk | Kategori Produk | Brand Image |
|----|---|---|---|
| 1 | Acne Spot Serum, Acne Gentle Cleansing Foam, dan Hydrasoothe Sunscreen Gel SPF 45 PA++++ | Perawatan wajah (<i>Facecare</i>) |  |
| 2 | Lightening Tone Up Body Serum, Aqua Essence Sunshield Serum SPF 50 dan Bodyguard Moisturizer Sunscreen Serum | Perawatan badan (<i>Bodycare</i>) |  |

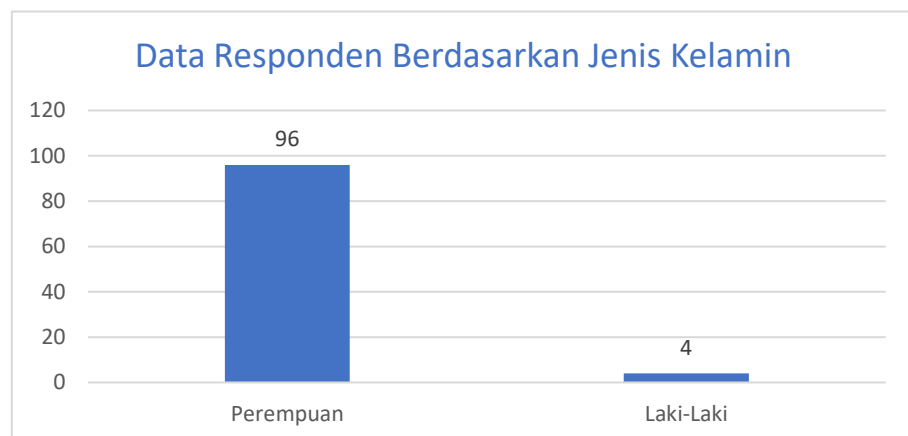
| | | | |
|---|---|--|---|
| | Magical LUV | | |
| 3 | Apricot Nutrigrow Hair Serum, Hair Spa Aloe vera, Hair Spa Apricot | Perawatan rambut <i>(Haircare)</i> |  |
| 4 | Oh My Brow Definer, Oh So Fine Liner, Tinted Lippie Cake | Makeup |  |

(Sumber: diolah 2024)

3. Data Penelitian

a. Jenis Kelamin dari Responden

Gambar 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



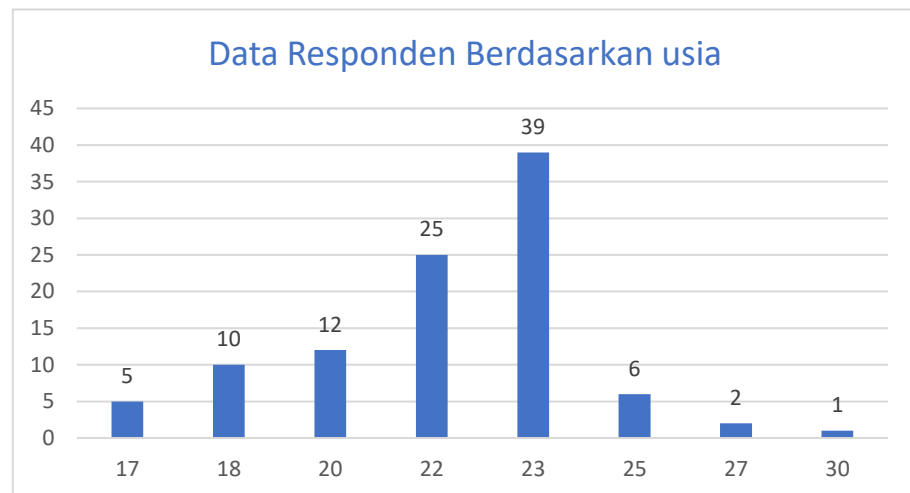
(Sumber: Hasil Penelitian, 2024)

Dilihat dari gambar diagram di atas, diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki jenis kelamin perempuan sebanyak 96 orang.

Sedangkan jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 4 orang.

b. Usia dari Responden

Gambar 4. 2 Data Responden Berdasarkan usia

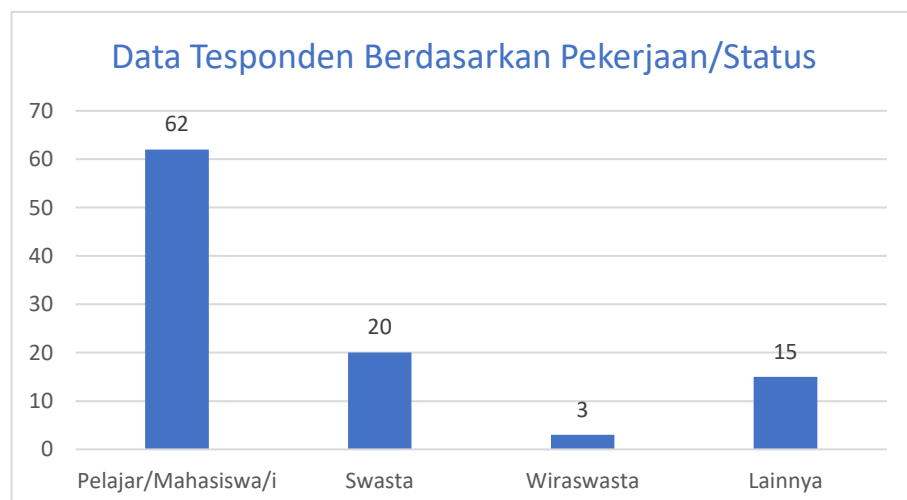


(Sumber: Hasil Penelitian, 2024)

Dilihat dari gambar diagram di atas, diketahui bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah berusia antara 17-30 tahun yaitu sebanyak 100 orang.

c. Pekerjaan/Status dari responden

Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan/Status



(Sumber: Hasil Penelitian, 2024)

Dilihat dari gambar diagram di atas, diketahui bahwa mayoritas responden berstatus pelajar/mahasiswa/i yang berjumlah 62 orang, selain itu terdapat 20 orang memiliki pekerjaan swasta, 3 orang responden memiliki pekerjaan wiraswasta, dan 15 orang dengan pekerjaan lainnya seperti belum bekerja dan ibu rumah tangga.

4. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian bertujuan untuk menggambarkan distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap pernyataan kuesioner yang telah diberikan terhadap variabel label halal (X_1), pengetahuan produk (X_2), dan keputusan pembelian (Y).

- a. Distribusi frekuensi indikator gambar dengan pernyataan “Saya selalu memperhatikan ada tidaknya gambar halal pada kemasan sebelum melakukan pembelian produk skincare Azarine”.

Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner X_1 Pernyataan 1

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| Ragu-ragu | 28 | 28.0 | 28.0 | 29.0 |
| Setuju | 43 | 43.0 | 43.0 | 72.0 |
| Sangat Setuju | 28 | 28.0 | 28.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

(Sumber: data diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 1% atau 1 orang menyatakan tidak setuju, 28% atau 28 orang menyatakan ragu-ragu, 43% atau 43 orang menyatakan setuju, dan 28% atau 28 orang menyatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa selalu memperhatikan ada tidaknya gambar halal pada kemasan sebelum melakukan pembelian produk skincare Azarine.

- b. Distribusi frekuensi indikator tulisan dengan pernyataan “Adanya tulisan "Halal" yang terdapat pada produk maupun kemasan membantu saya mengidentifikasi produk sebelum melakukan pembelian skincare Azarine”.

Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner X_1 Pernyataan 2

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Ragu-ragu | 8 | 8.0 | 8.0 | 8.0 |
| Setuju | 51 | 51.0 | 51.0 | 59.0 |
| Sangat Setuju | 41 | 41.0 | 41.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

(Sumber: data diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 8% atau 8 orang menyatakan ragu-ragu, 51% atau 51 orang menyatakan setuju, dan 41% atau 41 orang menyatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa dengan adanya tulisan "Halal" yang terdapat pada produk maupun kemasan membantu

mengidentifikasi produk sebelum melakukan pembelian skincare Azarine.

- c. Distribusi frekuensi indikator kombinasi gambar dan tulisan dengan pernyataan “Saya mengetahui adanya gabungan gambar dan tulisan "Label halal" resmi dari MUI sehingga dapat mempertimbangkan memilih produk skincare Azarine sebelum melakukan pembelian”.

Tabel 4. 7 Hasil Kuesioner X_1 Pernyataan 3

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| Ragu-ragu | 14 | 14.0 | 14.0 | 15.0 |
| Setuju | 50 | 50.0 | 50.0 | 65.0 |
| Sangat Setuju | 35 | 35.0 | 35.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

(Sumber: data diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 1% atau 1 orang menyatakan tidak setuju, 14% atau 14 orang menyatakan ragu-ragu, 50% atau 50 orang menyatakan setuju, dan 35% atau 35 orang menyatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa mengetahui adanya gabungan gambar dan tulisan "Label halal" resmi dari MUI sehingga dapat mempertimbangkan memilih produk skincare Azarine sebelum melakukan pembelian.

- d. Distribusi frekuensi indikator menempel pada kemasan dengan pernyataan “Saya mengetahui dengan jelas letak "Label Halal" pada

kemasan produk skincare Azarine sehingga mempermudah dalam memberi informasi dan keyakinan akan mutu produk”.

Tabel 4. 8 Hasil Kuesioner X_1 Pernyataan 4

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak Setuju | 6 | 6.0 | 6.0 | 6.0 |
| Ragu-ragu | 34 | 34.0 | 34.0 | 40.0 |
| Setuju | 38 | 38.0 | 38.0 | 78.0 |
| Sangat Setuju | 22 | 22.0 | 22.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

(Sumber: data diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 6% atau 6 orang menyatakan tidak setuju, 34% atau 34 orang menyatakan ragu-ragu, 38% atau 38 orang menyatakan setuju, dan 22% atau 22 orang menyatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa mengetahui dengan jelas letak "Label Halal" pada kemasan produk skincare Azarine sehingga mempermudah dalam memberi informasi dan keyakinan akan mutu produk.

- e. Distribusi frekuensi indikator wawasan mutu produk dengan pernyataan “Saya mengetahui produk skincare Azarine berdasarkan kemasan produk”.

Tabel 4. 9 Hasil Kuesioner X_2 Pernyataan 1

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak Setuju | 2 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |

| | | | | |
|---------------|-----|-------|-------|-------|
| Ragu-ragu | 16 | 16.0 | 16.0 | 18.0 |
| Setuju | 56 | 56.0 | 56.0 | 74.0 |
| Sangat Setuju | 26 | 26.0 | 26.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

(Sumber: data diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 2% atau 2 orang menyatakan tidak setuju, 16% atau 16 orang menyatakan ragu-ragu, 56% atau 56 orang menyatakan setuju, dan 26% atau 26 orang menyatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa mengetahui produk skincare Azarine berdasarkan kemasan produk.

- f. Distribusi frekuensi indikator wawasan keamanan produk dengan pernyataan “Saya mengetahui bahwa produk skincare Azarine menggunakan bahan-bahan yang aman”.

Tabel 4. 10 Hasil Kuesioner X₂ Pernyataan 2

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Ragu-ragu | 11 | 11.0 | 11.0 | 11.0 |
| Setuju | 55 | 55.0 | 55.0 | 66.0 |
| Sangat Setuju | 34 | 34.0 | 34.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

(Sumber: data diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 11% atau 11 orang menyatakan ragu-ragu, 55% atau 55 orang menyatakan setuju, dan 34% atau 34 orang menyatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas

responden menyatakan setuju bahwa mengetahui produk skincare Azarine menggunakan bahan-bahan yang aman.

- g. Distribusi frekuensi indikator mengetahui kandungan produk dengan pernyataan “Saya mengetahui kandungan produk skincare Azarine berdasarkan penjelasan yang ada dikemasan produk”.

Tabel 4. 11 Hasil Kuesioner X_2 Pernyataan 3

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak Setuju | 2 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| Ragu-ragu | 19 | 19.0 | 19.0 | 21.0 |
| Setuju | 51 | 51.0 | 51.0 | 72.0 |
| Sangat Setuju | 28 | 28.0 | 28.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

(Sumber: data diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 2% atau 2 orang menyatakan tidak setuju, 19% atau 19 orang menyatakan ragu-ragu, 51% atau 51 orang menyatakan setuju, dan 28% atau 28 orang menyatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa mengetahui kandungan produk skincare Azarine berdasarkan penjelasan yang ada dikemasan produk.

- h. Distribusi frekuensi indikator penggalan informasi produk dengan pernyataan “Saya melakukan pencarian informasi terhadap produk skincare Azarine sebelum melakukan pembelian”.

Tabel 4. 12 Hasil Kuesioner X₂ Pernyataan 4

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | Ragu-ragu | 14 | 14.0 | 14.0 | 15.0 |
| | Setuju | 47 | 47.0 | 47.0 | 62.0 |
| | Sangat Setuju | 38 | 38.0 | 38.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

(Sumber: data diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 1% atau 1 orang menyatakan tidak setuju, 14% atau 14 orang menyatakan ragu-ragu, 47% atau 47 orang menyatakan setuju, dan 38% atau 38 orang menyatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa melakukan pencarian informasi terhadap produk skincare Azarine sebelum melakukan pembelian.

- i. Distribusi frekuensi indikator pengenalan masalah kebutuhan dengan pernyataan “Saya melakukan pembelian produk skincare Azarine untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan saya”.

Tabel 4. 13 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 1

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | Ragu-ragu | 18 | 18.0 | 18.0 | 19.0 |
| | Setuju | 55 | 55.0 | 55.0 | 74.0 |
| | Sangat Setuju | 26 | 26.0 | 26.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

(Sumber: data diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 1% atau 1 orang menyatakan tidak setuju, 18% atau 18 orang menyatakan ragu-ragu, 55% atau 55 orang menyatakan setuju, dan 26% atau 26 orang menyatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa melakukan pembelian produk skincare Azarine untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

- j. Distribusi frekuensi indikator pencarian informasi dengan pernyataan “Saya membeli produk skincare Azarine karena sudah memiliki informasi yang cukup terhadap produk yang saya inginkan”.

Tabel 4. 14 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 2

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| Ragu-ragu | 13 | 13.0 | 13.0 | 14.0 |
| Setuju | 62 | 62.0 | 62.0 | 76.0 |
| Sangat Setuju | 24 | 24.0 | 24.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

(Sumber: data diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 1% atau 1 orang menyatakan tidak setuju, 13% atau 13 orang menyatakan ragu-ragu, 62% atau 62 orang menyatakan setuju, dan 24% atau 24 orang menyatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju

bahwa membeli produk skincare Azarine karena sudah memiliki informasi yang cukup terhadap produk yang diinginkan.

- k. Distribusi frekuensi indikator evaluasi alternatif dengan pernyataan “Saya lebih menyukai produk skincare Azarine dibandingkan dengan merek lain”.

Tabel 4. 15 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 3

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| Ragu-ragu | 20 | 20.0 | 20.0 | 21.0 |
| Setuju | 51 | 51.0 | 51.0 | 72.0 |
| Sangat Setuju | 28 | 28.0 | 28.0 | 100.0 |
| Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

(Sumber: data diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 1% atau 1 orang menyatakan tidak setuju, 20% atau 20 orang menyatakan ragu-ragu, 51% atau 51 orang menyatakan setuju, dan 28% atau 28 orang menyatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa lebih menyukai produk skincare Azarine dibandingkan dengan merek lain.

- l. Distribusi frekuensi indikator keputusan pembelian dengan pernyataan “Saya membeli produk skincare Azarine karena mendapatkan rekomendasi dari teman”.

Tabel 4. 16 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 4

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Setuju | 2 | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| | Ragu-ragu | 13 | 13.0 | 13.0 | 15.0 |
| | Setuju | 54 | 54.0 | 54.0 | 69.0 |
| | Sangat Setuju | 31 | 31.0 | 31.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

(Sumber: data diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 2% atau 2 orang menyatakan tidak setuju, 13% atau 13 orang menyatakan ragu-ragu, 54% atau 54 orang menyatakan setuju, dan 31% atau 31 orang menyatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa membeli produk skincare Azarine karena mendapatkan rekomendasi dari teman.

- m. Distribusi frekuensi indikator perilaku pasca pembelian dengan pernyataan “Saya merasa puas menggunakan produk skincare Azarine dan akan melakukan pembelian ulang dikemudian hari”.

Tabel 4. 17 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 5

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Setuju | 1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | Ragu-ragu | 16 | 16.0 | 16.0 | 17.0 |
| | Setuju | 51 | 51.0 | 51.0 | 68.0 |
| | Sangat Setuju | 32 | 32.0 | 32.0 | 100.0 |
| | Total | 100 | 100.0 | 100.0 | |

(Sumber: data diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, dapat diuraikan bahwa sebanyak 1% atau 1 orang menyatakan tidak setuju, 16% atau 16 orang menyatakan ragu-ragu, 51% atau 51 orang menyatakan setuju, dan 32% atau 32 orang menyatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa merasa puas menggunakan produk skincare Azarine dan akan melakukan pembelian ulang dikemudian hari.

5. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS for windows* versi 22. Item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid jika memiliki nilai *r*-hitung lebih besar dari *r*-tabel. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, maka nilai *r* dapat diperoleh melalui *r product moment person* dengan *df (degree of freedom) = n-2*, maka $df = 100-2 = 98$ maka $r\text{-tabel} = 0,1654$. Berikut hasil dari uji validitas penelitian pengaruh label halal dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian produk skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 18 Hasil Uji Validitas

| Variabel | Pernyataan | R-hitung | R-tabel | Keterangan |
|---------------------|------------|----------|---------|------------|
| Label Halal (X1) | X1.1 | 0,849 | 0,1654 | Valid |
| | X1.2 | 0,752 | 0,1654 | Valid |

| | | | | |
|----------------------------|------|-------|--------|-------|
| | X1.3 | 0,774 | 0,1654 | Valid |
| | X1.4 | 0,777 | 0,1654 | Valid |
| Pengetahuan Produk (X2) | X2.1 | 0,703 | 0,1654 | Valid |
| | X2.2 | 0,735 | 0,1654 | Valid |
| | X2.3 | 0,767 | 0,1654 | Valid |
| | X2.4 | 0,679 | 0,1654 | Valid |
| Keputusan Pembelian (Y) | Y.1 | 0,802 | 0,1654 | Valid |
| | Y.2 | 0,783 | 0,1654 | Valid |
| | Y.3 | 0,781 | 0,1654 | Valid |
| | Y.4 | 0,778 | 0,1654 | Valid |
| | Y.5 | 0,752 | 0,1654 | Valid |

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2024)

Dapat dilihat dari tabel 4.18 di atas, bahwa nilai r-tabel sebesar 0,1654. Nilai tersebut didapat dari $n = 100$ dengan tingkat signifikansi 0,10 yang didapat dari tabel r-tabel untuk uji validitas. Suatu data dikatakan valid apabila nilai r-hitung $>$ r-tabel, terlihat pada tabel 4.18 bahwa semua item dari kuesioner terkait dengan variabel label halal (X_1), pengetahuan produk (X_2), dan keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid karena memenuhi asumsi nilai r-hitung $>$ r-tabel.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS for windows* versi 22 dengan langkah menu analisis *Scale*. Item pernyataan yang ada pada instrumen kuesioner diuji

reliabilitasnya untuk mendapatkan skala pengukuran instrumen yang baik. Nilai dari reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Alpha Cronbach* dengan kriteria batas terendah reliabilitas 0,60. Apabila nilai variabel lebih besar $> 0,60$ maka dinyatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 19 Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | Kriteria | Keterangan |
|-------------------------|-------------------------|----------|------------|
| Label Halal (X1) | 0,791 | 0,60 | Reliabel |
| Pengetahuan Produk (X2) | 0,690 | 0,60 | Reliabel |
| Keputusan Pembelian (Y) | 0,837 | 0,60 | Reliabel |

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2024)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel penelitian lebih besar dari $> 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada penelitian ini reliabel.

c. Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat nilai *residual* terdistribusi normal atau tidak. Karena modal regresi dikatakan baik apabila nilai *residual* nya terdistribusi normal. Metode yang sering

digunakan dalam uji normalitas adalah *kolmogorov-smirnov* (Widarjono, 2019, hlm. 57). Dasar dari pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah menggunakan tingkat kepercayaan 10% atau 0,10 apabila nilai signifikansi lebih besar dari $> 0,10$ maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya apabila nilai signifikansi lebih kecil dari $< 0,10$ maka data tersebut dikatakan tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 20 Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.39425054 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .068 |
| | Positive | .068 |
| | Negative | -.064 |
| Test Statistic | | .068 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, hasil uji normalitas *kolmogorov-smirnov*, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,10. Dengan demikian, data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.

2) Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflating Factor* (VIF). Apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari $> 0,10$ dan nilai VIF lebih kecil < 10 , artinya tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai *Tolerance* lebih kecil dari $< 0,10$ dan nilai VIF lebih besar > 10 , artinya terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 21 Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficients ^a | | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 6.630 | 1.863 | | 3.559 | .001 | | |
| Label Halal | .599 | .106 | .519 | 5.631 | .000 | .720 | 1.388 |
| Pengetahuan Produk | .249 | .123 | .186 | 2.020 | .046 | .720 | 1.388 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.21 di atas, diketahui nilai *Tolerance* menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai lebih besar dari $> 0,1$ ($X_1 = 0,720$ dan $X_2 = 0,720$) dan pada nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) menunjukkan bahwa diantara kedua variabel tidak ada yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10. Variabel label

halal (X_1) menunjukkan 1,388 dan variabel pengetahuan produk (X_2) menunjukkan 1,388. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas antar variabel.

3) Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi diantara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Apabila korelasi, maka disebut adanya problem autokorelasi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji *Durbin-Watson* (uji DW). Apabila $DW < dL$ atau $DW > 4-dL$ artinya terdapat autokorelasi, sedangkan jika DW terletak antara dU dan $4-dU$, artinya tidak terdapat autokorelasi. Hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 22 Hasil Uji Autokorelasi

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .637 ^a | .406 | .394 | 2.106 | 1.808 |

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk, Label Halal

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.22 di atas, diketahui bahwa diperoleh DW hitung sebesar 1,808. Untuk mengetahui terdapat autokorelasi atau tidak maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4. 23 Perhitungan Durbin-Watson

| DWhitung | dL | dU | 4-dU |
|----------|-----|------|----------|
| 1,808 | 1,5 | 1,58 | 4 - 1,58 |
| | | | 2,42 |

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.23 di atas, diketahui bahwa nilai DW hitung sebesar 1,808. Nilai DW hitung tersebut lebih besar dari nilai dU ($1,808 > 1,58$) dan nilai dU masih lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai 4-dU yaitu sebesar 2,42 atau ($1,58 < 1,808 < 2,42$ atau $dU < DW < 4-dU$), maka dapat disimpulkan hasil di atas menunjukkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

4) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah residual dari model regresi yang terbentuk memiliki varian yang tetap atau tidak tetap. Metode pengujian yang dipakai pada penelitian ini menggunakan metode *white*. Dasar pengambilan keputusannya apabila nilai *chi square* hitung $<$ *chi square* tabel ataupun probabilitas *chi square* $>$ taraf signifikan, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 24 Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .208 ^a | .043 | -.007 | 9.00811 |

a. Predictors: (Constant), X1X2, Pengetahuan Produk, Label Halal,

X1_KUADRAT, X2_KUADRAT

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2024)

Tabel 4. 25 Hasil Perhitungan C hitung dan C tabel

| C ² hitung | C ² tabel |
|---|----------------------|
| C ² hitung = $n \times R \text{ square}$ | Df = $n - 1$ |
| = $100 \times 0,043$ | = $100 - 1$ |
| = 4,3 | = $99 = 117,40$ |

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.25 di atas, diketahui bahwa nilai *chi square* hitung < *chi square* tabel atau $4,3 < 117,40$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

d. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan antara variabel bebas yaitu label halal (X_1) dan pengetahuan produk (X_2) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Model persamaan analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Tabel 4. 26 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 6.630 | 1.863 | | 3.559 | .001 |
| Label Halal | .599 | .106 | .519 | 5.631 | .000 |
| Pengetahuan Produk | .249 | .123 | .186 | 2.020 | .046 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.26 di atas, hasil regresi linier berganda pada penelitian ini menggunakan *Unstandardized Coefficients*. Maka dapat disimpulkan persamaan regresi linier berganda yang di dapat adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 6,630 + 0,599X_1 + 0,249X_2 + e$$

Persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 6,630 artinya apabila label halal (X_1) dan pengetahuan produk (X_2) adalah 0 maka keputusan pembelian produk skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar adalah sebesar 6,630 dengan asumsi variabel lainnya nilainya tetap.
- 2) Nilai koefisien b_1X_1 sebesar 0,599 artinya variabel label halal (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar atau dengan kata lain apabila variabel label halal ditingkatkan sebesar satu persen,

maka keputusan pembelian produk skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar akan meningkat sebesar 0,599 dengan asumsi variabel lainnya nilainya tetap.

- 3) Nilai koefisien b_2X_2 sebesar 0,249 artinya variabel pengetahuan produk (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar atau dengan kata lain apabila variabel pengetahuan produk ditingkatkan sebesar satu persen, maka keputusan pembelian produk skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar akan meningkat sebesar 0,249 dengan asumsi variabel lainnya nilainya tetap.

e. Hasil Uji Hipotesis

1) Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel label halal (X_1) dan pengetahuan produk (X_2) secara bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .637 ^a | .406 | .394 | 2.106 |

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk, Label Halal

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.27 di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji koefisien determinasi dengan nilai $R = 0,637$ dan R^2 (R Square) = $0,394$ yang berarti bahwa variabel label halal dan pengetahuan produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 40% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

2) Hasil Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas yaitu label halal dan pengetahuan produk secara parsial terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat maka bisa dilihat dari perbandingan antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila diketahui nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dapat dinyatakan bahwa H_0 diterima dan sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Hasil uji T dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 28 Hasil Uji T

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6.630 | 1.863 | | 3.559 | .001 |
| | Label Halal | .599 | .106 | .519 | 5.631 | .000 |
| | Pengetahuan Produk | .249 | .123 | .186 | 2.020 | .046 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

(Sumber: *Data Primer*, diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.28 di atas, diketahui hasil uji t yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas yaitu label halal (X_1) dan pengetahuan produk (X_2). Maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,290. Berdasarkan hasil uji t maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

a) Uji t variabel label halal (X_1)

Dapat dilihat pada tabel 4.28, bahwa nilai signifikansi dari (X_1) adalah sebesar $0,000 < 0,10$ yang artinya bahwa nilainya signifikan, sedangkan untuk hasil uji t diketahui bahwa nilai t_{hitung} label halal sebesar 5,631 dan untuk nilai t_{tabel} sebesar 1,290. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel label halal memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

b) Uji t variabel pengetahuan produk (X_2)

Dapat dilihat pada tabel 4.28, bahwa nilai signifikansi dari (X_2) adalah sebesar $0,046 < 0,10$ yang artinya bahwa nilainya signifikan, sedangkan untuk hasil uji t diketahui bahwa nilai t_{hitung} pengetahuan produk sebesar 2,020 dan untuk nilai t_{tabel} sebesar 1,290. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

c) Variabel yang dominan

Variabel yang paling dominan pada penelitian ini adalah variabel label halal. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t yang dilakukan dari perbandingan kedua variabel yaitu label halal dan pengetahuan produk, maka diketahui variabel label halal berpengaruh sebesar 5,631.

3) Hasil uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu label halal dan pengetahuan produk secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Untuk mengetahui hasil dari uji F maka bisa diamati pada output ANOVA dari hasil analisis tegresi linier berganda dengan nilai signifikansi 0,10 atau $\alpha = 10\%$. Apabila diketahui nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka dapat dinyatakan bahwa H_0 diterima dan sebaliknya apabila nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Hasil uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 29 Hasil Uji F

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------------|-------------------|
| 1 | Regression | 294.586 | 2 | 147.293 | 33.195 | .000 ^b |
| | Residual | 430.404 | 97 | 4.437 | | |
| | Total | 724.990 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk, Label Halal

(Sumber: *Data Primer*, diolah 2024)

Berdasarkan tabel 4.29 di atas, nilai signifikansi bernilai $0,000 < 0,10$ artinya variabel label halal dan pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan nilai F_{hitung} sebesar 33,195 dan F_{tabel} sebesar 2,36 yang diperoleh dari $df 1 = k$ (jumlah variabel bebas) = 2 dan $df 2 (n - k - 1)$ atau $100 - 2 - 1 = 97$. Nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel label halal dan pengetahuan produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

B. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Pengaruh Label Halal dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Azarine di Kecamatan Ketak Hanyar” maka hasil yang diperoleh sebagai berikut:

1. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel label halal (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar. Hal ini bisa dilihat dari signifikansi label halal sebesar $0,000 < 0,10$ dan dilihat dari nilai t_{hitung} label halal sebesar 5,631 dan untuk nilai t_{tabel} sebesar 1,290. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel label halal memiliki pengaruh secara parsial

terhadap keputusan pembelian produk skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar.

Hal ini sejalan dengan penelitian Hamizah Berliana Rizal (2023) yang berjudul “Pengaruh Review Beauty Influencer, Gaya Hidup dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine di Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru” hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini juga sejalan dengan yang dikemukakan oleh (Alfian & Marpaung) bahwa dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengonsumsi produk akan membuat seseorang melakukan keputusan pembelian.

2. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar. Hal ini bisa dilihat dari signifikansi pengetahuan produk sebesar $0,046 < 0,10$ dan dilihat dari nilai t_{hitung} pengetahuan produk sebesar 2,020 dan untuk nilai t_{tabel} sebesar 1,290. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar.

Hal ini sejalan dengan penelitian Nur Faizah Risky (2019) yang berjudul “Pengaruh Aspek Islamic Branding dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Kosmetik Wardah di Desa Bukit Harapan Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak)” hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Sumarwan) bahwa pengetahuan produk diartikan sebagai kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.

3. Pengaruh Label Halal dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel label halal (X_1) dan pengetahuan produk (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar. Hal ini bisa dilihat dari hasil uji F yang dimana signifikansi dari label halal dan pengetahuan produk sebesar $0,000 < 0,10$. Selain itu pada nilai $f_{hitung} 33,195 > f_{tabel} 2,36$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel label halal dan pengetahuan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar.