

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Subjek yang menjadi bahan penelitian adalah mahasiswi yang berada di 5 Perguruan tinggi negeri maupun swasta yang ada di Kalimantan Selatan. Adapun lima perguruan tinggi tersebut adalah perguruan tinggi Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin, Universitas Lambung Mangkurat (ULM), Politeknik Negeri Banjarmasin (POLIBAN), Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Banjarmasin (POLTEKES KEMENKES). Mewakili Perguruan tinggi swasta yaitu Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari (UNISKA).

Jumlah mahasiswa aktif secara keseluruhan yang berada pada kelima perguruan tinggi tersebut berdasarkan data yang diambil dari Pangkalan Data Pendidikan Tinggi Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (PDDIKTI) pada 25 Desember 2019 sebanyak 70.485 mahasiswa dari berbagai angkatan dan fakultas masing-masing perguruan tinggi tersebut.

B. Karakteristik Responden

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu melalui penyebaran angket atau kuesioner kepada para mahasiswi aktif yang terdapat di 5 perguruan tinggi terbesar yang ada di Kalimantan Selatan, yaitu mahasiswi UIN, ULM, UNISKA, POLIBAN dan POLTEKES KEMENKES dari berbagai fakultas maupun angkatan yang beragama Islam dengan cara

mendatangi dan memberikan kuesioner secara langsung kepada mahasiswa yang akan menjadi responden berdasarkan pertimbangan penulis. Karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran tentang identitas responden, dalam penelitian ini semua responden adalah berjenis kelamin perempuan, beragama muslim dan berstatus aktif kuliah di 5 perguruan tinggi tersebut. Berikut penjelasan karakteristik mahasiswa yang menjadi responden.

1. Perguruan Tinggi

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan perguruan tinggi

NO	Perguruan Tinggi	Frekuensi	%
1	Universitas Lambung Mangkurat	106	27%
2	UIN Antasari Banjarmasin	181	46%
3	Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al- Banjari	101	25%
4	Politeknik Negeri Banjarmasin	5	1%
5	Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Banjarmasin	5	1%
	TOTAL'	398	100%

Sumber: hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang dilakukan di 5 perguruan tinggi di atas, memperlihatkan bahwa mahasiswa dari perguruan tinggi UIN Antasari Banjarmasin menempati posisi tertinggi dengan jumlah responden sebanyak 46% mahasiswa. Disusul dengan

mahasiswi perguruan tinggi Universitas Lambung Mangkurat sebanyak 27% dan mahasiswi UNISKA sebanyak 25% sisanya mahasiswi POLIBAN dan POLTEKES KEMENKES masing-masing sebanyak 5%. Tiga perguruan tinggi yang mendapat responden lebih dari angka 2 digit seperti UIN Antasari Banjarmasin, Universitas Lambung Mangkurat Dan Universitas Islam Kalimantan Arsyad Al-Banjary ini disebabkan karena ketiga perguruan tinggi tersebut memiliki jumlah mahasiswa paling banyak dan memiliki jangkauan yang luas dibandingkan dengan perguruan tinggi yang mendapatkan responden hanya sekitar satu digit.

2. Tahun Akademik

Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan Tahun Akademik

No	Tahun Akademik	Frekuensi	%
1	2014	3	1%
2	2015	10	2%
3	2016	152	38%
4	2017	63	16%
5	2018	66	17%
6	2019	104	26%
	TOTAL	398	100%

Sumber: hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada para mahasiswi memperlihatkan bahwa responden dengan tahun

akademik 2016 memiliki jumlah sebanyak 152 responden atau sekitar 38% dari total mahasiswi yang menjadi responden keseluruhan, hal ini dikarenakan mahasiswi yang berada ditahun akademik 2016 sudah banyak yang mengenal dan menggunakan *make up* secara aktif dan memahami pentingnya penggunaan *make up* dengan baik.

C. Penyajian Data

Data yang berhasil diperoleh dari hasil membagikan kuesioner kepada para responden di masing-masing perguruan tinggi diolah dan kemudian dijelaskan sehingga data responden yang menggambarkan pengaruh harga, tren, dan *religiusitas* terhadap minat beli kosmetik halal pada mahasiswi se-Kalimantan Selatan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X1)

a. Indikator Keterjangkauan Harga

Tabel 4.3. Keterjangkauan Harga

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	78	20%
2	Setuju	244	61%
3	Kurang setuju	60	15%
4	Tidak setuju	14	4%
5	Sangat tidak setuju	2	1%
TOTAL		398	100%

Sumber: hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban para responden pada indikator keterjangkauan harga seperti yang terlihat pada tabel di atas, dari hasil olah data diketahui bahwa pada indikator keterjangkauan harga, banyak responden yang memilih jawaban setuju, dengan besar jawaban 244 responden mahasiswi yang menyatakan setuju untuk indikator tersebut atau 61% dari total mahasiswi yang telah menjadi responden menyatakan setuju dengan indikator tersebut, hal ini mengindikasikan bahwa keterjangkauan harga menjadi minat para mahasiswi untuk membeli kosmetik halal. Konsumen mahasiswi (yang ada di Kalimantan Selatan) cenderung akan melihat harga akhir sebelum menentukan minat beli mereka terhadap produk kosmetik halal.

b. Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk

Tabel 4.4 Kesesuaian harga dengan kualitas produk

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	80	20%
2	Setuju	279	70%
3	Kurang setuju	34	9%
4	Tidak setuju	3	1%
5	Sangat tidak setuju	2	1%
TOTAL		398	100%

Sumber: hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Data dari jawaban para responden pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk seperti pada tabel di atas.

Data di atas menunjukkan bahwa dari indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk jawaban tertinggi dari para responden untuk indikator tersebut adalah setuju, dengan jumlah tanggapan setuju sebanyak 279 responden atau sekitar 70% dari total keseluruhan, hal ini menunjukkan bahwa para responden mahasiswa yang ada di 5 perguruan tinggi tersebut menyatakan setuju bahwa kesesuaian harga dengan kualitas produk (kosmetik halal) sangat menentukan minat beli mereka, responden beranggapan bahwa harga barang akan menentukan kualitas produk, seperti apabila harga suatu produk lebih tinggi maka kualitas dari produk yang mereka dapatkan akan lebih tinggi juga, begitupun untuk sebaliknya.

c. Indikator Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Tabel 4.5 Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	74	19%
2	Setuju	286	72%
3	Kurang setuju	34	9%
4	Tidak setuju	2	1%
5	Sangat tidak setuju	2	1%
TOTAL		398	100%

Sumber: hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Data hasil jawaban para responden pada indikator kesesuaian harga dengan manfaat produk, seperti pada tabel diatas.

Hasil dari olah data menunjukkan sekitar 286 responden atau sekitar 72% dari total responden menjawab setuju dengan indikator tersebut, hal ini menunjukkan para responden mahasiswi yang ada di 5 perguruan tinggi tersebut menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa kesesuaian harga dengan manfaat dari produk (kosmetik halal) dapat menentukan minat beli mereka, responden beranggapan bahwa jumlah harga barang yang dikeluarkan diiringi dengan manfaat (kehalalan) produk yang akan mereka peroleh ketika menggunakan produk (kosmetik halal) akan menimbulkan kepuasan tersendiri baik rohani maupun jasmaninya begitupun sebaliknya.

d. Indikator Daya Saing Harga

Tabel 4.6 Daya Saing Harga

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	54	14%
2	Setuju	187	47%
3	Kurang setuju	117	29%
4	Tidak setuju	34	9%
5	Sangat tidak setuju	6	2%
TOTAL		398	100%

Sumber: Hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil dari jawaban keseluruhan para responden mahasiswi yang ada di 5 perguruan tinggi yang ada di Kalimantan Selatan pada indikator daya saing harga, seperti yang terlihat pada tabel di atas. Dengan total responden menjawab setuju sekitar 187 responden atau sekitar 47% dari total keseluruhan responden menyatakan setuju bahwa responden melihat harga dari produk yang sejenis sebelum melakukan minat beli mereka.

Olah data yang dilakukan terhadap indikator tersebut memberikan gambaran bahwa sebagian mahasiswi cenderung akan melihat, menimbang dan membandingkan harga sebelum melakukan pembelian, dalam hal ini mahal atau murahnya suatu produk akan diperhitungkan kembali oleh konsumen pada saat akan melakukan keputusan pembelian, meskipun begitu dari hasil penelitian dan jawaban para responden dapat ditarik kesimpulan bahwa daya saing harga (produk kosmetik halal) dengan harga produk lain yang sejenis (produk kosmetik non halal) tidak terlalu memiliki perbedaan harga yang terlalu jauh berbeda, sehingga mahasiswi dapat melakukan pembelian terhadap produk kosmetik yang berlabel halal dengan harga yang cukup terjangkau.

2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tren (X2)

a. Indikator Mengikuti Perkembangan Zaman

Tabel 4.7 Mengikuti Perkembangan Zaman

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	90	23%
2	Setuju	269	68%
3	Kurang setuju	33	8%
4	Tidak setuju	3	1%
5	Sangat tidak setuju	3	1%
TOTAL		398	100%

Sumber: Hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Hasil dari olah data menunjukkan sekitar 269 responden atau sekitar 68% dari total responden menjawab setuju dengan indikator mengikuti perkembangan zaman, hal ini menunjukkan tren *make up* seperti *matte* dan *cream skin* yang sedang banyak digunakan oleh para mahasiswi saat ini yang diiringi dengan lebel halal yang melekat pada kemasan memudahkan mereka untuk dapat mengenakan produk kosmetik berlebel halal sekaligus mengikuti perkembangan tren yang ada.

b. Indikator Mengikuti Fashion Terbaru

Tabel 4.8 Mengikuti Fashion Terbaru

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	77	19%
2	Setuju	244	61%
3	Kurang setuju	58	15%
4	Tidak setuju	16	4%
5	Sangat tidak setuju	3	1%
TOTAL		398	100%

Sumber: Hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Hasil dari olah data menunjukkan sekitar 244 atau sekitar 61% dari total responden keseluruhan menyatakan setuju dengan indikator mengikuti fashion terbaru, meskipun produk kosmetik halal bukanlah hal yang baru di kalangan masyarakat, tetapi dengan munculnya suatu produk kosmetik ternama yang berhasil menonjolkan label halal dalam promosinya baik dalam siaran di stasiun televisi, media sosial dan juga di majalah, menyebabkan minat beli pada para konsumen menjadi meningkat, membuat produk kosmetik halal menjadi banyak di pasaran, seolah olah menjadi suatu gaya hidup yang baru dan menambah pentingnya kesadaran terhadap masyarakat terhadap produk kosmetik yang akan digunakan.

c. Indikator Pergaulan

Tabel 4.9 Pergaulan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	39	10%
2	Setuju	202	51%
3	Kurang setuju	112	28%
4	Tidak setuju	39	10%
5	Sangat tidak setuju	6	2%
TOTAL		398	100%

Sumber: Hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Data yang diperoleh dari hasil jawaban para responden pada indikator pergaulan seperti yang terlihat pada tabel di atas, sekitar 202 atau 51% dari total keseluruhan responden menyatakan setuju dengan indikator pergaulan, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sosial cukup berperan dan memberi pengaruh terhadap minat beli mereka untuk mengenakan produk halal, karena pada dasarnya seseorang yang tumbuh dan besar pada lingkungan sosial yang memahami agama akan dapat memahami pentingnya penggunaan produk yang halal lagi baik (kosmetik). Dapat dijelaskan bahwa pengaruh pergaulan dapat menimbulkan minat para responden untuk dapat mengenakan produk (kosmetik) yang halal lagi baik.

d. Indikator Keinginan Tampil Berbeda

Tabel 4.10 Keinginan Tampil Berbeda

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	90	23%
2	Setuju	230	58%
3	Kurang setuju	60	15%
4	Tidak setuju	12	3%
5	Sangat tidak setuju	6	2%
TOTAL		398	100%

Sumber: Hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Data yang diperoleh berdasarkan dari hasil jawaban para keseluruhan responden pada indikator keinginan untuk tampil berbeda seperti yang terlihat pada tabel di atas.

Hasil olah data pada indikator keinginan untuk tampil berbeda jawaban tertinggi dari para responden untuk indikator tersebut adalah setuju, dengan jumlah tanggapan setuju sebanyak 230 responden atau sekitar 58% dari total keseluruhan mahasiswi yang menjadi responden, hal ini menunjukkan bahwa dengan memakai atau mengenakan produk kosmetik halal membuat mereka merasa tampil berbeda dan lebih percaya diri secara religiusitas dibandingkan dengan menggunakan produk yang tidak memiliki label halal.

3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Religiusitas (X3)

a. Indikator Keyakinan

Tabel 4.11 Keyakinan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	205	52%
2	Setuju	181	45%
3	Kurang setuju	9	2%
4	Tidak setuju	1	0%
5	Sangat tidak setuju	2	1%
TOTAL		398	100%

Sumber: hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Hasil olah data pada indikator keyakinan, jawaban tertinggi dari para responden untuk indikator tersebut adalah sangat setuju, dengan jumlah tanggapan sangat setuju sebanyak 205 responden atau sekitar 52% dari total keseluruhan mahasiswi yang menjadi responden, hal ini menunjukkan bahwa para mahasiswi yang ada di Kalimantan Selatan dalam menentukan minat beli kosmetik, label halal sangat dibutuhkan dalam memilih produk. Responden percaya bahwa menggunakan sesuatu (produk kosmetik) yang halal sesuai dengan ajaran Islam wajib untuk dipraktikkan karena itu termaksud dalam syariat Islam seperti apa yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw.

b. Indikator Praktik Keagamaan

Tabel 4.12 Praktik Keagamaan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	176	44%
2	Setuju	203	51%
3	Kurang setuju	17	4%
4	Tidak setuju	1	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0%
TOTAL		398	100%

Sumber: Hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban keseluruhan para responden pada indikator praktik keagamaan seperti yang terlihat pada tabel di atas. Hasil olah data pada indikator praktik keagamaan jawaban tertinggi dari para responden untuk indikator tersebut adalah setuju, dengan jumlah tanggapan setuju sebanyak 203 responden atau sekitar 51% dari total keseluruhan mahasiswi yang menjadi responden, artinya bahwa praktik keagamaan dapat menimbulkan minat beli mereka terhadap kosmetik halal, hal ini juga diiringi dengan apabila kita mempraktikkan keagamaan dengan mengkonsumsi atau mengenakan sesuatu (kosmetik) yang berlabel halal sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Al-Hadist maka kita akan merasa aman baik jasmani ataupun rohani serta dapat terhindar dari perbuatan dosa.

c. Indikator Pengetahuan Keagamaan

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban keseluruhan para responden pada indikator pengetahuan keagamaan seperti yang terlihat pada tabel berikut.

Tabel 4.13 Pengetahuan Keagamaan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	190	48%
2	Setuju	204	51%
3	Kurang setuju	3	1%
4	Tidak setuju	1	0%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
TOTAL		398	100%

Sumber: hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Hasil olah data pada indikator pengetahuan keagamaan jawaban tertinggi dari para responden untuk indikator tersebut adalah setuju, dengan jumlah tanggapan setuju sebanyak 204 responden atau sekitar 51% dari total keseluruhan mahasiswi yang menjadi responden. Hal ini menyatakan bahwa responden setuju pengetahuan agama yang berkaitan tentang kewajiban seorang muslim untuk mengkonsumsi dan mengenakan sesuatu (kosmetik) yang halal telah dipelajari dan dipahami melalui pendidikan formal atau non formal oleh para responden sehingga dapat menimbulkan minat beli mereka terhadap produk (kosmetik)

d. Indikator Pengalaman Agama

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban keseluruhan para responden pada indikator pengalaman agama seperti yang terlihat pada tabel berikut.

Tabel 4.14 Pengalaman Agama

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	80	20%
2	Setuju	269	68%
3	Kurang setuju	43	11%
4	Tidak setuju	3	1%
5	Sangat tidak setuju	3	1%
TOTAL		398	100%

Sumber: hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Hasil olah data pada indikator pengalaman agama jawaban tertinggi dari para responden untuk indikator tersebut adalah setuju, dengan jumlah tanggapan setuju sebanyak 269 responden atau sekitar 68% dari total keseluruhan mahasiswi yang menjadi responden. Artinya responden setuju, bahwa pengalaman yang menyenangkan ketika mereka mengenakan produk kosmetik halal dapat menimbulkan minat beli mereka untuk menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal, dengan menggunakan produk (kosmetik) yang berlabel halal mereka merasa dekat dengan Allah

Swt sehingga mereka dapat mengharapkan mendapat berkah dan rahmat dalam kesehariaannya.

4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli (Y)

a. Indikator Minat transaksi

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban keseluruhan para responden pada indikator minat transaksi seperti yang terlihat pada tabel berikut.

Tabel 4.15 Minat Transaksi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	125	31%
2	Setuju	252	63%
3	Kurang setuju	17	4%
4	Tidak setuju	3	1%
5	Sangat tidak setuju	1	0%
TOTAL		398	100%

Sumber: Hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Hasil olah data pada indikator minat transaksi menunjukkan jawaban tertinggi dari para responden untuk indikator tersebut adalah setuju, dengan jumlah tanggapan setuju sebanyak 252 responden atau sekitar 63% dari total keseluruhan mahasiswi di 5 perguruan tinggi yang telah ditentukan oleh peneliti yang menjadi responden. Olah data menjelaskan bahwa mereka para responden

(mahasiswi Kalimantan Selatan) setuju dan memiliki keinginan serta berniat untuk membeli produk kosmetik yang berlabel halal.

b. Indikator Minat referensi

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban keseluruhan para responden pada indikator minat referensi seperti yang terlihat pada tabel berikut.

Tabel 4.16 Minat Referensi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	108	27%
2	Setuju	242	61%
3	Kurang setuju	42	11%
4	Tidak setuju	5	1%
5	Sangat tidak setuju	1	0%
TOTAL		398	100%

Sumber: hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Hasil olah data pada indikator minat referensi menunjukkan jawaban tertinggi dari para responden untuk indikator tersebut adalah setuju, dengan jumlah tanggapan setuju sebanyak 242 responden atau sekitar 61% dari total keseluruhan mahasiswi di 5 perguruan tinggi yang telah ditentukan oleh peneliti yang menjadi responden. Data tersebut dapat menjelaskan bahwa jika responden selain melakukan pembelian untuk diri mereka sendiri mereka para responden (mahasiswi Kalimantan Selatan) cenderung memberikan

saran dan referensi tentang produk (kosmetik halal) yang digunakannya kepada para kerabat atau teman terdekatnya.

c. Indikator Minat Preferensi

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban keseluruhan para responden pada indikator minat preferensi seperti yang terlihat pada tabel berikut.

Tabel 4.17 Minat Preferensial

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	150	38%
2	Setuju	206	52%
3	Kurang setuju	35	9%
4	Tidak setuju	5	1%
5	Sangat tidak setuju	2	1%
TOTAL		398	100%

Sumber: Hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Hasil olah data pada indikator minat preferensi menunjukkan jawaban tertinggi dari para responden untuk indikator tersebut adalah setuju, dengan jumlah tanggapan setuju sebanyak 206 responden atau sekitar 52% dari total keseluruhan mahasiswi di 5 perguruan tinggi yang telah ditentukan oleh peneliti yang menjadi responden. Data tersebut dapat menjelaskan bahwa jika responden dalam menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal mereka merasakan bahwa menggunakan sesuatu yang halal merupakan

sebuah cerminan dari identitas mereka para responden sebagai seorang muslimah yang patuh terhadap agama.

d. Indikator Minat Eksploratif

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban keseluruhan para responden pada indikator minat eksploratif seperti yang terlihat pada tabel berikut.

Tabel 4.18 Minat Eksploratif

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat setuju	141	35%
2	Setuju	213	54%
3	Kurang setuju	40	10%
4	Tidak setuju	2	1%
5	Sangat tidak setuju	2	1%
TOTAL		398	100%

Sumber: hasil penelitian maret 2020 (data diolah)

Hasil olah data pada indikator minat eksploratif menunjukkan jawaban tertinggi dari para responden untuk indikator tersebut adalah setuju, dengan jumlah tanggapan setuju sebanyak 213 responden atau sekitar 54% dari total keseluruhan mahasiswa di 5 perguruan tinggi yang telah ditentukan oleh peneliti yang menjadi responden. Data tersebut dapat menjelaskan bahwa jika responden pada umumnya akan memastikan label halal yang tercantum pada

kemasan produk kosmetik yang akan dibelinya untuk memastikan kehalalan produk kosmetik yang akan digunakannya.

D. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah angket yang digunakan valid atau tidak untuk mengukur variabel yang diteliti. Valid atau tidaknya suatu item pernyataan dari masing-masing variabel tersebut, dapat dilihat dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} . Besar r_{tabel} yaitu $df = n - 2$ dengan jumlah responden 398 mahasiswa, sehingga $df = 398 - 2 = 196$ dengan signifikan 5% diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,098. Valid tidaknya suatu item instrumen kuesioner apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Olah data yang dilakukan dengan program SPSS 25 *for windows*, dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (Data Terlampir)

No	Variabel	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	Harga	1	0,713	0,98	Valid
		2	0,630	0,98	Valid
		3	0,632	0,98	Valid
		4	0,594	0,98	Valid
2	Tren	1	0,585	0,98	Valid

		2	0,744	0,98	Valid
		3	0,710	0,98	Valid
		4	0,768	0,98	Valid
3	Religiusitas	1	0,754	0,98	Valid
		2	0,787	0,98	Valid
		3	0,670	0,98	Valid
		4	0,667	0,98	Valid
4	Minat Beli	1	0,742	0,98	Valid
		2	0,778	0,98	Valid
		3	0,783	0,98	Valid
		4	0,794	0,98	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (Data Terlampir)

Hasil olah data uji validitas dengan SPSS 25 *for windows* seperti yang dapat dilihat pada tabel di atas nilai dari masing-masing item variabel, menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dari masing-masing variabel seluruhnya dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kekonsistenan sebuah instrumen apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat yang sama pula. Uji reliabilitas menggunakan koefisien alpha (α), dengan ketentuan *Alpha-cronbach* positif dan memiliki nilai $> 0,06$ maka dinyatakan reliabel.

Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Statistics		Nilai Standar	Keterangan
Harga (X1)	Cronbach's	N of	0,60	Reliabel
	Alpha	Items		
	0,742	5		
Tren (X2)	Cronbach's	N of	0,60	Reliabel
	Alpha	Items		
	0,780	5		
Religiusitas (X3)	Cronbach's	N of	0,60	Reliabel
	Alpha	Items		
	0,786	5		
Minat Beli (Y)	Cronbach's	N of	0,60	Reliabel
	Alpha	Items		
	0,807	5		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (Data Terlampir)

Hasil olah data uji reliabilitas dengan SPSS 25 *for windows* seperti yang dapat dilihat pada tabel di atas. Nilai *cronbach's alpha* pada variable harga 0,742 tren 0,780 religiusitas 0,786 dan variabel minat beli 0,807. Nilai dari masing-masing variabel menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai standarnya 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel seluruhnya dapat dinyatakan valid reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak, uji normalitas merupakan salah satu persyaratan analisis data sebelum melakukan analisis statistik untuk uji hipotesis. Data yang baik dalam uji normalitas yaitu data yang berdistribusi normal dengan ketentuan, jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka data penelitian berdistribusi secara normal sedangkan apabila $< 0,05$ data dinyatakan berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.20 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		398
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,47891566
Most Extreme Differences	Absolute	0,040
	Positive	0,034
	Negative	-0,040
Test Statistic		0,040
Asymp. Sig. (2-tailed)		.123 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2020)

Hasil output uji kolmogorov-smirnov dengan SPSS 25 *for windows* seperti yang dapat dilihat pada tabel di atas. Nilai *Asymp.*

Sig. (2-tailed) sebesar 0,123 lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi yang diajukan ditemukan adanya korelasi kuat antar variabel bebas atau independen. Jika korelasi kuat, berarti terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi.

Tabel 4.21 Hasil Uji Autokorelasi

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,230	0,918		2,428	0,016		
	x1	-0,032	0,046	-0,028	-0,701	0,484	0,821	1,218
	x2	0,245	0,043	0,257	5,762	0,000	0,670	1,492
	x3	0,648	0,050	0,538	12,949	0,000	0,773	1,294

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2020)

Mendeteksi adanya Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), yaitu apabila $VIF > 10$ dan $Tolerance < 0,1$ maka penelitian tergejala oleh Multikolinieritas sedangkan apabila $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$ maka tidak tergejala Multikolinieritas (Umar, 2008, hal. 80). Hasil uji Multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS *for windows* versi 25 terlihat pada bagian tabel *tolerance* dan VIF masing masing variabel

memiliki nilai VIF 1,218 (X_1) 1,492 (X_2) dan 1,294 (X_3) < 10 dan Tolerant 0,821 (X_1) 0,670 (X_2) dan 0,773 (X_3) $> 0,1$ maka penelitian tidak tergejala Multikolinieritas

c. Uji Heteroskedasitas

Pengujian heteroskedasitas dalam asumsi klasik dapat menggunakan *uji glejser* untuk menguji apakah terjadi pelanggaran, dengan melakukan regresi nilai log residual kuadrat sebagai variabel dependen dengan variabel independennya (X_1 , X_2 , dan X_3) dengan kriteria pada uji t jika nilai signifikan variabel independen tidak signifikan artinya tidak terjadi masalah pelanggaran heteroskedasitas.

Tabel 4.22 Hasil Uji Heteroskedasitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,474	0,576		2,557	0,011
	x1	0,014	0,029	0,026	0,472	0,637
	x2	-0,027	0,026	-0,143	-1,027	0,307
	x3	0,049	0,031	0,088	1,564	0,119
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2020)

Hasil uji heteroskedasitas dengan menggunakan program SPSS *for windows* versi 25 terlihat nilai signifikansi masing-masing variabel independent X_1 , X_2 dan X_3 dengan nilai sebesar harga (0,637) variabel tren (0,307) dan variabel religiusitas (0,119). Ketiga

variabel tersebut memiliki nilai $\text{sig} > 0,05$ dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi pelanggaran heteroskedasitas. Apabila variabel lain bernilai konstan maka nilai minat beli kosmetik halal mahasiswi se-Kalimantan Selatan akan berubah sebesar 0,245 setiap satu kesatuan tren (X2)

3. Analisis Regresi Linear berganda

Regresi linear berganda sering juga disebut dengan *multiple regression* yaitu salah satu model regresi yang terdiri dari lebih satu variabel independen, hasil regresi linear berganda dapat diformulasikan dengan bentuk persamaan berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Tabel 4.23 Hasil Regresi Variabel

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,230	0,918		2,428	0,016
	x1	-0,032	0,046	-0,028	-0,701	0,484
	x2	0,245	0,043	0,257	5,762	0,000
	x3	0,648	0,050	0,538	12,949	0,000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2020)

Berdasarkan hasil output SPSS di atas dapat disusun persamaan regresi linear berganda antara variabel bebas dan variabel terikat dengan memanfaatkan informasi koefisien regresi linear berganda kedalam bentuk persamaan berikut ini:

$$Y = 2,230 + (-0,032X_1) + 0,245X_2 + 0,648X_3$$

Interprestasi

- a. Apabila variabel lain bernilai konstan maka nilai minat beli pada mahasiswi se-Kalimantan Selatan akan berubah dengan sendirinya sebesar nilai konstanta sebesar 2,230.
- b. Apabila variabel lain bernilai konstan maka nilai minat beli kosmetik halal mahasiswi se-Kalimantan Selatan akan berubah sebesar -0,032 setiap satu kesatuan harga (X1).
- c. Apabila variabel lain bernilai konstan maka nilai minat beli kosmetik halal mahasiswi se-Kalimantan Selatan akan berubah sebesar 0,245 setiap satu kesatuan tren (X2).
- d. Apabila variabel lain bernilai konstan maka nilai minat beli kosmetik halal mahasiswi se-Kalimantan Selatan akan berubah sebesar 0,245 setiap satu kesatuan religiusitas (X3).

4. Uji Hipotesis

- a. Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji f)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependennya, dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$ maka H0 diterima dan H1 ditolak, apabila $F_{tabel} < F_{hitung}$ maka H0 ditolak dan H1 diterima, dengan

menggunakan taraf signifikan 5% (0,05) dengan 4 variabel dan 398 responden, maka didapat F_{tabel} sebesar 2,63.

Tabel 4.24 Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	784,150	3	261,383	118,603	.000 ^b
	Residual	868,315	394	2,204		
	Total	1652,465	397			

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2020)

Hasil olah data SPSS 25 *for windows* diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 118,603 yang berarti f hitung = 118,603 > f tabel 2,63 dengan probabilitas signifikan sebesar 0,000 yang menunjukkan < nilai $\alpha = 5\%$. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga, tren dan religiusitas berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap minat beli kosmetik halal mahasiswa di Kalimantan Selatan. Dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan variabel harga, tren dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap minat beli dapat diterima dengan hasil kesimpulan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependennya dengan tingkat kepercayaan 95% atau *level of significany* (α) sebesar 0,5% dan *degree of freedom* (dk) = n - k,

maka diperoleh nilai t , dengan membandingkan antara nilai t_{tabel} dengan nilai t_{hitung} maka apabila $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen. Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen. Uji t dalam penelitian ini juga dilakukan berdasarkan probabilitas jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima, dan apabila nilai $\text{sig} > 0,05$ maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini akan dinyatakan ditolak.

Tabel 4.25 Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,230	0,918		2,428	0,016
	x1	-0,032	0,046	-0,028	-0,701	0,484
	x2	0,245	0,043	0,257	5,762	0,000
	x3	0,648	0,050	0,538	12,949	0,000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2020)

Hasil output dari uji statistik pada tabel diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1) Hipotesis Pertama

H_{01} :Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kosmetik halal mahasiswa se-Kalimantan Selatan.

Tabel di atas menjelaskan pada variabel X1 diperoleh nilai koefisien regresi negatif -0,028 dengan estimasi $t_{hitung} -0,701 < t_{tabel} 1,966$ dan nilai signifikansi $0,484 > 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli kosmetik halal mahasiswa se-Kalimantan Selatan. Hal ini dikarena perbedaan kelas ekonomi dari masing-masing responden sehingga menyebabkan harga dari suatu produk menjadi bernilai relatif dimata responden dengan tingkat ekonomi masing-masing responden.

2) Hipotesis Kedua

$H_{\alpha 2}$:Tren berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kosmetik halal mahasiswa se-Kalimantan Selatan.

Tabel di atas menjelaskan pada variabel X2 diperoleh nilai koefisien regresi positif 0,257 dengan estimasi $t_{hitung} 5,762 > t_{tabel} 1,966$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel tren berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli kosmetik halal mahasiswa se-Kalimantan Selatan. Hal ini dikarenakan meskipun produk kosmetik halal bukanlah hal yang terbaru dikalangan

masyarakat, tetapi dengan munculnya produk (kosmetik) ternama yang berhasil menonjolkan lebel halal pada promosinya membuat banyak produk lainnya yang ikut menonjolkan kehalalan yang dimilikinya, sehingga terciptalah *halal life style* di masyarakat menyebabkan minat beli terhadap produk halal menjadi meningkat

3) Hipotesis Ketiga

$H_{\alpha 3}$:Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kosmetik halal mahasiswi se-Kalimantan Selatan.

Tabel di atas menjelaskan pada variabel X2 diperoleh nilai koefisien regresi positif 0,538 dengan estimasi $t_{hitung} 12,949 > t_{tabel} 1,966$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli kosmetik halal mahasiswi se-Kalimantan Selatan. Hal ini dikarenakan responden percaya bahwa menggunakan sesuatu (produk kosmetik) yang halal adalah sesuai dengan ajaran Islam yang selama ini mereka pelajari baik di bangku formal maupun nonformal dan wajib untuk dipraktikan karena itu termaksud dalam syariat Islam seperti yang telah dicontohkan Nabi Muhammad Saw.

Tiga variabel bebas yang terdapat pada tabel di atas yaitu variabel harga (X1) tren (X2) dan religiusitas (X3), variabel yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi minat beli konsumen

mahasiswi Kalimantan Selatan dalam membeli kosmetik halal secara parsial yaitu variabel religiusitas dengan nilai koefisien regresi positif 0,538 dengan estimasi $t_{hitung} 12,949 > t_{tabel} 1,966$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

c. Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentasi sumbangan pengaruh variabel secara simultan terhadap koefisien determinasi, dengan menggunakan analisis regresi berganda maka digunakan *Adjusted R Square*

Tabel 4.26 Hasil Uji (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 ^a	0,475	0,471	1,485
a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2				
b. Dependent Variable: y				

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2020)

Hasil uji koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS *for windows* versi 25 terlihat nilai *Adjusted R Square*. Diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,475 dimana 0,475 adalah hasil kuadrat dari nilai R yaitu $0,689 \times 0,689 = 0,475$ sehingga didapat besaran nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,475 atau sama dengan 47,5%. Angka tersebut menjelaskan bahwa pada variabel Harga (X1) tren (X2) dan

religiusitas (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel minat beli (Y) sebesar 47,5%.

E. Pandangan Islam Dalam Harga Tren dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal

Kehalalan adalah gaya hidup yang harus dipatuhi bagi setiap umat Islam, sesuatu yang halal adalah apa yang didapat dan diolah sesuai dengan syariat Islam. Halal adalah segala sesuatu yang baik, dibolehkan dan sesuai hukum syariat Islam.

Q.S An-Nahl / 16 : 114

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١١٤﴾

114. Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah (Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahnya, hal. 280).

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah telah memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya yang beriman agar hendaknya memakan atau mengkonsumsi rizki yang telah Allah berikan dengan yang halal lagi baik dan senantiasa bersyukur terhadap nikmat yang telah diberikannya. Mengkonsumsi yang halal tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, halal mendapatkan, halal menggunakan adalah hal yang perlu untuk diperhatikan juga.

1. Harga Terhadap Minat Beli Dalam Islam

Sebelum melakukan transaksi jual beli, pada umumnya konsumen pasti tidak terlepas dari minat mereka untuk membeli produk tersebut. Minat beli yang ada pada mereka pada umumnya tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi para konsumen baik itu terkait harga, perkembangan zaman seperti tren ataupun keyakinan (religiusitas) yang menjadi pertimbangan dalam menentukan produk mana yang akan dipilih. Dalam faktor harga terdapat beberapa pertimbangan yang perlu untuk diperhatikan seperti dalam kitab jual beli.

HR. Bukhari No:2083

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ يُوسُفَ أَخْبَرَنَا مَالِكٌ عَنْ ابْنِ شِهَابٍ عَنْ أَبِي بَكْرٍ بْنِ عَبْدِ الرَّحْمَنِ عَنْ أَبِي
مَسْعُودٍ الْأَنْصَارِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنْ تَمَنِ الْكَلْبِ
وَمَهْرِ الْبَيْعِيِّ وَحُلْوَانِ الْكَاهِنِ

“Telah menceritakan kepada kami 'Abdullah bin Yusuf telah mengabarkan kepada kami Malik dari Ibnu Syihab dari Abu Bakar bin 'Abdurrahman dari Abu Mas'ud Al Anshariy radliallahu 'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam melarang harga anjing, bayaran upah pezina dan jasa dukun”

Hadist diatas menjelaskan tentang larangan Rasulullah terhadap harga anjing, bayaran upah pelacur dan jasa dukun, diketahui bahwa anjing merupakan salah satu jenis hewan yang diharamkan oleh Allah Swt, sehingga Rasulullah melarang untuk menjual belikan

sesuatu yang diharamkan. Dalam hal ini memberikan arti bahwa, faktor harga yang akan dikeluarkan oleh konsumen muslimah yang baik hendaknya digunakan untuk sesuatu yang halal lagi baik dan berasal dari rizki yang baik pula, dengan memberikan harga pada sesuatu yang halal lagi baik (produk kosmetik yang berlabel halal) maka kita sebagai umat muslim selain mendapatkan kemanfaatan dari barang yang akan kita minati kita juga mendapat kemanfaatan dari berkah untuk menghindari dari sesuatu yang dilarang.

2. Tren Terhadap Minat Beli Dalam Islam

Halal life style atau gaya hidup halal yang sedang berkembang menjadi sebuah tren saat ini di kalangan masyarakat, dapat dilihat dari maraknya iklan di televisi yang menyebutkan bahwa produk mereka sudah mendapatkan sertifikat MUI, bahkan menjadi *tage line* iklan merek. Mulai dari produk yang dapat dikonsumsi sampai yang tidak dapat dikonsumsi seperti kosmetik, minyak angin aroma terapi bahkan deterjen sekalipun.

Q.S Al-Jatsiyah / 45 : 13

وَسَخَّرَ لَكُم مَّا فِي السَّمٰوٰتِ وَمَا فِي الْاَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ

Dan Dia (Allah) telah memudahkan untukmu apa yang di langit dan apa yang di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripadanya (Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahnya, hal. 499).

Konsumen muslim yang menjadi pusat kegiatan *halal life style* semakin dimudahkan dengan adanya tren gaya hidup halal, mulai dari

pilihan kosmetik halal, atau bahkan detergen yang berlabel halal sekalipun. Tren *halal life style* dapat menimbulkan minat beli terhadap produk halal dan memudahkan mereka untuk dapat mengkonsumsi sesuatu yang halal lagi baik.

3. Religiusitas Terhadap Minat Beli Dalam Pandangan Islam

Religiusitas dapat diartikan sebagai komitmen seorang individu terhadap agamanya dan biasanya akan tercermin dalam sikap dan tindakan individu tersebut, masyarakat muslim yang tinggal pada suatu negara yang mayoritas muslim juga biasanya akan memiliki sikap yang positif terhadap produk halal dan memiliki banyak faktor yang menjadi alasannya untuk memiliki minat beli terhadap produk kosmetik yang berlabel halal

Q.S An-Nahl / 16 : 114

﴿۱۱۴﴾ فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah (Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahnya, hal. 280).

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah telah memerintahkan kepadahamba-hamba-Nya yang beriman agar hendaknya memakan atau mengkonsumsi rizki yang telah Allah berikan dengan yang halal lagi baik. Individu religiusitas percaya bahwa menggunakan sesuatu (produk kosmetik) yang halal sesuai dengan ajaran Islam wajib untuk dipraktikan

karena itu termaksud dalam syariat Islam seperti apa yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw dan firman Allah.