

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Data

Deskriptif adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain:

##### 4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

###### 1. Usia Responden

Gambaran umum mengenai konsumen dari kosmetik Wardah berdasarkan usia pada saat pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia**

<b>Umur Responden</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
20 – 30 tahun	60 orang	60,0 %
31 – 40 tahun	26 orang	26,0 %
41 – 50 tahun	14 orang	14,0 %
<b>Total</b>	100 orang	100,0 %

*Sumber : Data diolah pada tahun 2017*

Dari tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa yang paling dominan melakukan pembelian dan menggunakan kosmetik Wardah adalah responden dengan umur 20 - 30 tahun sebanyak 60 orang atau sebesar 60,0 %. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 8.

## 2. Agama Responden

Untuk mengetahui agama responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Agama**

<b>Agama</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Islam	84 orang	84,0 %
Non Islam	16 orang	16,0 %
<b>Total</b>	100	100,0 %

*Sumber : Data diolah pada tahun 2017*

Dari hasil tabel 4.5 terlihat bahwa responden yang paling dominan melakukan pembelian kosmetik Wardah yaitu yang beragama Islam sebanyak 84 orang atau sebesar 84,0 %. Kemudian responden beragama non Islam berjumlah 16 orang atau sebesar 16,0 %. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 9.

## 3. Tingkat Pekerjaan Responden

Untuk mengetahui jenis pekerjaan responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan**

<b>Tingkat Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Mahasiswa	42	42,0 %
Pegawai Negeri Sipil	13	13,0 %
Pegawai Swasta	28	28,0 %
Wiraswasta	17	17,0 %
<b>Total</b>	100	100,0 %

*Sumber : Data diolah pada tahun 2017*

Dari hasil tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa yang paling dominan melakukan pembelian kosmetik Wardah yaitu mahasiswa sebanyak 42 orang atau sebesar 42,0 %. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 10.

#### 4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban tentang variabel Label Halal dan Keputusan Pembelian yang disebarkan kepada 100 responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Label Halal (X)**

No.	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		RR (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Selalu memperhatikan ada tidaknya gambar tersebut pada kemasan sebelum konsumen melakukan pembelian produk kosmetik Wardah.	32	32,0	46	46,0	18	18,0	3	3,0	1	1,0
2.	Konsumen mengetahui maksud dari gambar disamping.	40	40,0	36	36,0	18	18,0	4	4,0	2	2,0
3.	Gambar label halal telah lolos tes uji halal oleh MUI.	48	48,0	29	29,0	19	19,0	3	3,0	1	1,0
4.	Gambar label halal pada kosmetik Wardah membuat konsumen yakin dengan kualitas dari produk Wardah.	41	41,0	35	35,0	19	19,0	4	4,0	1	1,0

5.	Gambar Label Halal pada produk kosmetik adalah sangat penting.	38	38,0	34	34,0	23	23,0	4	4,0	1	1,0
6.	Tulisan Halal pada gambar disamping terbaca dengan jelas oleh konsumen.	41	41,0	37	37,0	12	12,0	9	9,0	1	1,0
7.	Adanya tulisan Halal yang terdapat pada gambar tersebut membantu konsumen mengidentifikasi produk sebelum melakukan pembelian kosmetik Wardah.	40	40,0	38	38,0	14	14,0	7	7,0	1	1,0
8.	Konsumen mengetahui gabungan gambar dan tulisan disamping adalah Label Halal resmi dari MUI.	46	46,0	34	34,0	14	14,0	5	5,0	1	1,0
9.	Adanya Label Halal menjadi pertimbangan konsumen memilih kosmetik Wardah sebelum melakukan pembelian.	48	48,0	30	30,0	18	18,0	3	3,0	1	1,0
10.	Label Halal pada kosmetik Wardah memiliki keunggulan di banding dengan kosmetik yang belum memiliki label halal.	47	47,0	32	32,0	13	13,0	7	7,0	1	1,0

<b>11.</b>	Label halal pada produk kosmetik Wardah menjamin kehalalan produk.	42	42,0	38	38,0	12	12,0	7	7,0	1	1,0
<b>12.</b>	Konsumen merasa aman untuk menggunakan produk kosmetik Wardah karena berlabel halal.	50	50,0	31	31,0	12	12,0	6	6,0	1	1,0

*Sumber : Data diolah pada tahun 2017*

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling direspon variabel label halal adalah pernyataan 12. Pernyataan 12, dengan pernyataan “Konsumen merasa aman untuk menggunakan produk kosmetik Wardah karena berlabel halal”. Dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 50 responden atau (50,0 %), setuju 31 responden atau (31,0 %), ragu-ragu 12 responden atau (12,0 %), tidak setuju sebanyak 6 responden atau (6,0 %), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau (1,0 %). Sementara pernyataan yang paling rendah di respon adalah pernyataan 1 dengan pernyataan “Selalu memperhatikan ada tidaknya gambar tersebut pada kemasan sebelum konsumen melakukan pembelian produk kosmetik Wardah”. Dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 32 responden atau (32,0 %), setuju 46 atau responden (46,0 %), ragu-ragu 18 responden atau (18,0%), tidak setuju sebanyak 3 responden atau (3,0 %), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau (1,0 %). Hasil olahan secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 11.

**Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

No.	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		RR (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Konsumen menyadari adanya kebutuhan untuk menutupi bekas jerawat menggunakan produk kosmetik Wardah.	49	49,0	43	43,0	6	6,0	2	2,0	0	0
2.	Kosmetik Wardah yang berlabel halal menyadari konsumen ingin menggunakan produk Wardah.	56	56,0	33	33,0	8	8,0	3	3,0	0	0
3.	Menggunakan kosmetik wardah membuat konsumen merasa cocok dengan produk Wardah.	59	59,0	37	37,0	4	4,0	0	0	0	0
4.	Menggunakan kosmetik Wardah dapat memenuhi kebutuhan konsumen dalam berpenampilan sehari-hari.	51	51,0	43	43,0	4	4,0	2	2,0	0	0
5.	Konsumen lebih tertarik menggunakan produk kosmetik yang ada label halalnya meskipun harganya lebih mahal dari pada	42	42,0	53	53,0	4	4,0	1	1,0	0	0

	menggunakan produk kosmetik yang tidak ada label halal dengan harga yang lebih murah.										
6.	Konsumen tertarik menggunakan kosmetik Wardah karena mengikuti teman dan keluarga yang juga menggunakan wardah, sehingga saya tertarik untuk mengikutinya.	57	57,0	3	33,0	7	7,0	3	3,0	0	0
7.	Konsumen tertarik menggunakan kosmetik Wardah karena terdapat UV Protection, yaitu untuk mencegah efek buruk dari sinar UV Adan B pada kulit.	49	49,0	44	44,0	6	6,0	0	0	1	1,0
8.	Konsumen mamahami informasi tentang label halal pada kosmetik Wardah dari teman, keluarga dan iklan.	54	54,0	38	38,0	8	8,0	0	0	0	0
9.	Mengenai kehalalan produk kosmetik Wardah membuat konsumen mencari tahu dan memahaminya dari	46	46,0	40	40,0	14	14,0	0	0	0	0

	situs website beauty blogger Indonesia mengenai kosmetik halal.										
<b>10.</b>	Bahan-bahan yang terdapat pada produk kosmetik Wardah merupakan bahan-bahan yang teruji kehalalannya.	45	45,0	43	43,0	12	12,0	0	0	0	0
<b>11.</b>	Konsumen memahami informasi label halal dari tenaga penjual pada outlet Wardah.	44	44,0	44	44,0	9	9,0	3	3,0	0	0
<b>12.</b>	Konsumen memutuskan untuk membeli produk kosmetik Wardah karena berlabel halal.	43	43,0	48	48,0	8	8,0	1	1,0	0	0
<b>13.</b>	Kosmetik Wardah yang sudah terpercaya memutuskan konsumen untuk membeli produk Wardah.	51	51,0	36	36,0	10	10,0	3	3,0	0	0



14.	Produk kosmetik wardah tidak mengandung bahan berbahaya. Sehingga memutuskan konsumen untuk membeli produk Wardah.	41	41,0	42	42,0	13	13,0	4	4,0	0	0
-----	--	----	------	----	------	----	------	---	-----	---	---

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling direspon variabel keputusan pembelian kosmetik Wardah adalah pernyataan 3, dengan pernyataan “Menggunakan kosmetik wardah membuat konsumen merasa cocok dengan produk Wardah”. Dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 59 responden atau (59,0 %), setuju 37 responden atau (37,0 %), ragu-ragu 4 responden atau (4,0 %), tidak setuju sebanyak 0 responden atau (0 %), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau (0 %). Sementara pernyataan yang paling rendah di respon adalah pernyataan 14 dengan pernyataan “Produk kosmetik wardah tidak mengandung bahan berbahaya. Sehingga memutuskan konsumen untuk membeli produk Wardah”. Dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 41 responden atau (41,0 %), setuju 42 responden atau (42,0 %), ragu-ragu 13 responden atau (13,0%), tidak setuju sebanyak 4 responden atau (4,0 %), dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau (0 %). Hasil olahan secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 12.

## 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden di uji dengan uji validitas dan uji realibilitas yang di uji

cobakan pada responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *korelasi product moment*. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.0.

Hasil pengujian validitas menggunakan kriteria pengujian untuk uji ini adalah apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka valid dan apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka tidak valid.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Label Halal (X)**

<b>Item Butir Pernyataan</b>	<i>r</i> <sub>hitung</sub>	<i>r</i> <sub>tabel</sub>	<b>Kriteria Uji</b>	<b>Keterangan</b>
1.	0,530	0,361	$r$ hitung $>$ $r$ tabel	Valid
2.	0,434	0,361	$r$ hitung $>$ $r$ tabel	Valid
3.	0,403	0,361	$r$ hitung $>$ $r$ tabel	Valid
4.	0,492	0,361	$r$ hitung $>$ $r$ tabel	Valid
5.	0,420	0,361	$r$ hitung $>$ $r$ tabel	Valid
6.	0,467	0,361	$r$ hitung $>$ $r$ tabel	Valid
7.	0,423	0,361	$r$ hitung $>$ $r$ tabel	Valid
8.	0,617	0,361	$r$ hitung $>$ $r$ tabel	Valid
9.	0,604	0,361	$r$ hitung $>$ $r$ tabel	Valid
10.	0,517	0,361	$r$ hitung $>$ $r$ tabel	Valid
11.	0,488	0,361	$r$ hitung $>$ $r$ tabel	Valid
12.	0,412	0,361	$r$ hitung $>$ $r$ tabel	Valid

*Sumber : Data diolah pada tahun 2017*

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, hasil uji validitas pada variable Label Halal (X) dengan menggunakan metode *Correlation Product Moment* menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai label halal. Hasil yang didapatkan yaitu keseluruhan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,361), dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,617 dan paling rendah 0,403. Dengan demikian seluruh item pernyataan Label Halal dinyatakan valid. Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 13 uji validitas variabel label halal (X).

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Item Butir Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kriteria Uji	Keterangan
1.	0,503	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2.	0,651	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3.	0,704	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4.	0,439	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5.	0,507	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6.	0,392	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7.	0,685	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8.	0,583	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9.	0,480	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10.	0,470	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11.	0,571	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12.	0,432	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
13.	0,612	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
14.	0,555	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, hasil uji validitas pada variable Keputusan Pembelian (Y) dengan menggunakan metode *Correlation Product Moment*

menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Keputusan Pembelian (Y). Hasil yang didapatkan yaitu keseluruhan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{table}$  (0,361), dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,704 dan paling rendah 0,392. Dengan demikian seluruh item pernyataan Keputusan Pembelian dinyatakan valid. Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 14 uji validitas variabel keputusan pembelian (Y).

#### 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan kepada 30 responden dengan hasil sebagai berikut sesuai dengan kriteria pengujian :

1. Jika reliabilitas *Cronbach Alpha*  $\geq 0,6$  maka item pernyataan berstatus reliable.
2. Jika reliabilitas *Cronbach Alpha*  $\leq 0,6$  maka item pernyataan tersebut berstatus tidak reliable.

#### Daftar Interpretasi Koefisien

Koefisien $r$	Realibilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Berdasarkan tabel ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

**Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien $r_{hitung}$	Koefisien $r$	Keterangan
Label Halal	0,694	0,6000 – 0,7999	Reliable tinggi
Keputusan Pembelian	0,785	0,6000 – 0,7999	Reliable tinggi

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.11 nilai Koefisien  $r_{hitung}$  sebesar 0,694 untuk Label Halal (X) dengan tingkat reliable tinggi. 0,785 untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) yang artinya tingkat reliable tinggi. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 15 dan lampiran 16.

### 4.3 Uji Persyaratan Analisis Data

#### 4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah normal atau mendekati normal bisa dilakukan *Uji Non parametric One-Sampel Kolmogorov – Smirnov Test*, dirumuskan dengan hipotesis.

1. Rumusan Hipotesis :

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria pengambilan keputusan :

Apabila  $Sig < 0,05$  maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal).

Apabila  $Sig > 0,05$  maka Ho diterima (distribusi sampel normal).

Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil uji normalitas sebagai berikut :

**Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Label Halal	0,234	0,05	$Sig > 0,05$	Normal
Keputusan Pembelian	0,383	0,05	$Sig > 0,05$	Normal

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Label Halal (X) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,234 ( Ho diterima ) maka data berasal dari populasi berdistribusi normal dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki tingkat perolehan signifikansi sebesar 0,383 (Ho diterima) maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 17.

#### 4.3.2 Hasil Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi bervariasi homogen atau tidak, untuk melakukan pengujian homogenitas sampel, terlebih dahulu dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Ho : Varian populasi adalah homogen.

Ha : Varian populasi adalah tidak homogen.

Adapun kriteria pengambilan keputusan yaitu :

1. Jika probabilitas (sig) > 0,05 maka Ho diterima.
2. Jika probabilitas (sig) < 0,05 maka Ha ditolak.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Homogenitas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Label Halal	0,712	0,05	Sig > 0,05	Homogen

*Sumber : Data diolah pada tahun 2017*

Dari hasil perhitungan homogenitas pada tabel diatas, dapat disimpulkan signifikansi Label Halal (X) diperoleh sebesar 0,712. Menunjukkan bahwa Sig > 0,05 yang berarti Ho diterima. Hasil signifikansi variabel Label Halal lebih besar dari Alpha (0,05) yang berarti bahwa data dari populasi bersifat homogen. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 18.

### 4.3.3 Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan.

Kriteria pengambilan keputusan :

1. Apabila  $\text{Sig} < \text{Alpha} (0,05)$ , maka model regresi tidak berbentuk linier.
2. Apabila  $\text{Sig} > \text{Alpha} (0,05)$ , maka model regresi berbentuk linier.

**Tabel 4.14 Hasil Uji Linieritas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Label Halal (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	0,066	0,05	$\text{Sig} > 0,05$	Linier

*Sumber : Data diolah pada tahun 2017*

Dari hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviation From Linierity* 0,066 > dari alpha (0,05), maka  $H_0$  diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 19.

### 4.4 Hasil Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) apakah positif atau negatif. Rumus regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X = Label Halal

b = Koefisien Regresi

a = Nilai Konstanta

**Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	42,427	3,623
Label Halal	0,380	0,073

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Dari tabel 4.15 diatas merupakan hasil perhitungan regresi sederhana dengan menggunakan program SPSS 20.0. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 20. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut.

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa:

$$Y = 42,427 + 0,380$$

1. Koefisien konstanta (Y)

Variabel (Y) atau dalam hal ini adalah Keputusan Pembelian tetap sebesar 42,427 dengan anggapan bahwa variabel lainnya konstan.

2. Koefisien Label Halal (X)

Setiap penambahan 1 satuan variabel Label Halal (X) maka Keputusan Pembelian (Y) akan bertambah sebesar 0,380 satuan.

3. Besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent dapat dilihat dari nilai beta. Hal ini menunjukkan bahwa Label Halal merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah (Y) karena diperoleh nilai beta sebesar 0,467.



**Tabel 4.16 Hasil Uji Model Summary**

<b>Variabel</b>	<b>R</b>	<b>R<sup>2</sup> ( R Square )</b>
Label Halal	0,467	0,218

*Sumber : Data diolah pada tahun 2017*

Dari tabel 4.16 diatas, nilai koefisien korelasi (R) yang menunjukkan tingkat hubungan antar variabel (0,467). Koefisien determinasi R<sup>2</sup> (R Square) sebesar 0,218 menunjukkan bahwa keputusan pembelian terhadap label halal kosmetik Wardah dipengaruhi oleh label halal sebesar 21,8 % sedangkan sisanya 78,2 % dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 20.

#### 4.5 Uji Hipotesis

##### Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikan, yaitu pengujian hipotesis melalui uji t pada penelitian ini mengenai Label Halal (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

**Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Uji t**

<b>Variabel</b>	<i>t<sub>hitung</sub></i>	<i>t<sub>tabel</sub></i>	<b>Kondisi</b>	<b>Keterangan</b>
Label Halal	5,228	1,660	<i>t<sub>hitung</sub> &gt; t<sub>tabel</sub></i>	Berpengaruh

*Sumber : Data diolah pada tahun 2017*

Berdasarkan tabel 4.17 di dapat perhitungan pada Label Halal (X) diperoleh nilai *t<sub>hitung</sub>* sebesar 5,228 sedangkan nilai *t<sub>tabel</sub>* dengan dk (dk=100 – 2 = 98) adalah 1,660. Jadi *t<sub>hitung</sub>* (5,228) > *t<sub>tabel</sub>* (1,660), dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga di simpulkan bahwa Label Halal (X) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) kosmetik Wardah di Bandar Lampung. Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 21.

## **4.6 Pembahasan**

### **Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah di Bandar Lampung, dapat dilihat pada hasil pengujian pengumpulan data diatas. Berdasarkan hasil uji t yang dapat dilihat pada nilai beta, maka dapat diketahui hubungan antara Label Halal (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0,467.

#### **Keputusan pembelian**

Menurut Kotler dan Amstrong (2007 : p.177) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Sehingga ada hubungan antara label halal dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk dan menciptakan kepuasan sesuai harapan yang di inginkan.