

# **Pengaruh Literasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Mahasiswa Ekonomi Islam Se Jawa Timur**

**Sylvia Ira Dwi Novitasari, Khusnul Fikriyah**

Universitas Negeri Surabaya  
*sylvia.19010@mhs.unesa.ac.id*  
*khusnulfikriyah@unesa.ac.id*

## **ABSTRACT**

*In this era of globalization, there are many new cosmetic products that have no known halal status. Therefore, it is important to conduct research on halal cosmetic products. The purpose of this study is to ascertain the impact of halal literacy on the purchasing decisions of East Java Islamic economics students on halal cosmetic products. Associative quantitative research techniques were used in this study. The data used in this study came from a survey given to East Java students studying Islamic economics. Non-probability sampling is a sampling method used. Purposive sampling, a non-probabilitation sampling approach, was applied in this study with a sample size of 103 respondents. Simple linear regression is the analysis technique used in this investigation, and the SPSS version 25 program is used to perform hypothesis testing. Based on the results of the data analysis carried out, the findings in this study show a beneficial relationship between the purchasing decision variable and the halal literacy variable. Therefore, the rate of purchasing decisions increases as halal literacy increases.*

**Keywords: Halal Literacy, Purchasing Decisions, Cosmetics**

## **ABSTRAK**

Di era globalisasi seperti ini banyak sekali muncul produk kosmetik baru yang belum diketahui status kehalalannya. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian terhadap produk kosmetik halal. Tujuan penelitian ini adalah untuk memastikan dampak literasi halal terhadap keputusan pembelian mahasiswa ekonomi Islam Jawa Timur terhadap produk kosmetik halal. Teknik penelitian kuantitatif asosiatif digunakan dalam penelitian ini. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari survei yang diberikan kepada mahasiswa Jawa Timur yang mempelajari ekonomi Islam. Non-probability sampling adalah metode pengambilan sampel yang digunakan. Purposive sampling, pendekatan non-probabilitation sampling, diterapkan dalam penelitian ini dengan ukuran sampel sebanyak 103 responden. Regresi linier sederhana adalah teknik analisis yang digunakan dalam penyelidikan ini, dan program SPSS versi 25 digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis. Berdasarkan dari hasil analisis data yang dilakukan maka, temuan dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang menguntungkan antara variabel keputusan pembelian dengan variabel literasi halal. Oleh karena itu, tingkat keputusan pembelian meningkat seiring meningkatnya literasi halal.

**Kata kunci: Literasi Halal, Keputusan Pembelian, Kosmetik**

## A. PENDAHULUAN

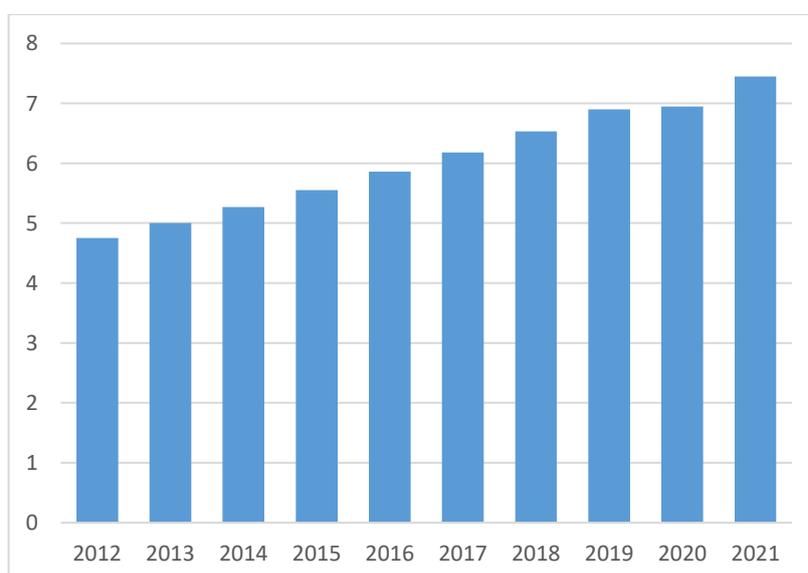
Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk Islam Terbesar di dunia. Menurut data dari *The Royal Islamic Strategic Studies Center (RISSC)* pada tahun 2022, terdapat 231,06 juta Muslim di Indonesia, yang merupakan 86,7% dari keseluruhan populasi negara itu. Karena itu, pasar konsumen Muslim memiliki potensi yang sangat besar. Akibatnya, industri Indonesia terus tumbuh setiap tahunnya (Kusnandar, 2021).

Manusia memiliki berbagai kebutuhan, termasuk untuk makanan, tempat tinggal, dan bahkan daya tarik penampilan. Kesempurnaan penampilan seseorang tidak datang begitu saja, harus ada usaha disetiap penampilan yang baik. Pembentukan sikap dari seseorang dapat mempengaruhi penampilan yang baik. Seperti halnya bagaimana cara yang dilakukan orang tersebut untuk menciptakan penampilannya menjadi sempurna yang tentu juga terpengaruh dari lingkungan sekitarnya.

Berpenampilan bagus merupakan sebuah hal yang diinginkan setiap orang khususnya wanita, karena dengan mempunyai penampilan yang sempurna dapat membuat lebih percaya diri dalam setiap kegiatannya. Penampilan yang dimaksud disini adalah pada bagian luar tubuh manusia. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk menyempurnakan penampilan bagian luar tubuh manusia adalah dengan menggunakan kosmetik.

Di Indonesia sendiri banyak sekali merk kosmetik yang beredar di pasaran. Berdasarkan data yang diperoleh dari Perhimpunan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetika Indonesia (PPAK Indonesia), sebagai berikut:

Tabel 1 Tren Penjualan Kosmetik di Indonesia (U\$\$ Juta)



Sumber : (Bisnis Indonesia, 2021)

Menurut dugaan Perhimpunan dan Asosiasi Kosmetika Indonesia (PPAK) pada tahun 2022, ada 85% beredar di pasar dalam negeri produk kosmetik ilegal. Ada 2 jenis produk kosmetik ilegal yang dimaksud, yakni tidak memiliki izin edar ataupun memalsukan produk produsen lain. Berdasarkan data yang diambil dari BPOM, sepanjang 2021 terdapat izin penerbitan kosmetik baru mencapai 215 produk, sementara itu, jumlah produk kosmetik yang dijamin mencapai 8.788 produk. Itu artinya, ada lebih dari 8 ribu kosmetik yang tidak memiliki izin edar atau ilegal. Kosmetik yang tidak memiliki izin edar dikhawatirkan akan membahayakan konsumen. Misalnya kosmetik yang menggunakan bahan dasar seperti Bithionol, Klorin, Benzene dan Butylated Hydroxyanisole (BHA) (Arief 2022).

Menurut data yang diperoleh Kementerian Agama RI tahun 2021, tidak hanya makanan dan minuman yang harus bersertifikat halal, ada juga kosmetik yang harus bersertifikat halal. Kosmetik harus bersertifikat halal hingga 17 Oktober 2026 pada tahap kedua, yang dipersyaratkan oleh Pasal 141 PP Nomor 39 Tahun 2021. Berbeda dengan produk makanan dan minuman yang hanya diatur selama 3 tahun, produk kosmetik ditetapkan untuk jangka waktu 5 tahun (Kemenag RI, 2021).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Databoks tahun 2021, setelah Jawa Barat, Jawa Timur merupakan provinsi di Indonesia dengan jumlah penduduk terbanyak kedua. Berdasarkan data Direktorat Jendral Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) pada Juni 2021 ada sebanyak 97,21% dari jumlah penduduk di Jawa Timur beragama muslim. Dengan data tersebut menjadikan Jawa Timur sebagai salah satu provinsi dengan konsumen muslim terbesar di Indonesia. Konsumen tersebut tidak hanya dari mereka yang bekerja tetapi juga dari kalangan mahasiswa (Kusnandar 2022).

Di Jawa Timur terdapat berbagai kampus perguruan tinggi negeri maupun swasta. Dan diantara kampus tersebut terdapat program studi ekonomi Islam. Dalam program studi Ekonomi Islam, mahasiswa belajar tentang bisnis Islam serta berbagai aspek kegiatan ekonomi yang telah diatur oleh ajaran Islam seperti jual beli, menyewa, piutang, menabung, dan bagi hasil. Dalam bisnis Islam akan diajarkan tentang cara mengelola bisnis dengan halal. Mahasiswa ekonomi Islam diharapkan bisa mempunyai pengetahuan lebih untuk mempertimbangkan mana produk yang halal dan haram.

Literasi halal adalah pemahaman seseorang terhadap suatu produk tertentu yang akan dikonsumsi. Kehalalan atau keharaman suatu produk tidak hanya dilihat dari labelnya saja, tetapi seseorang harus tau dan paham tentang produk yang dikonsumsi tersebut berasal

dari bahan yang halal atau haram. Literasi halal memberikan kemampuan untuk untuk lebih memahami hukum Islam atau Syariah, maka seseorang harus dapat membedakan produk dan jasa mana yang halal dan mana yang haram(Salehudin 2010).

Sebagai seorang muslim, penting untuk mempertimbangkan kehalalan atau keharaman sebuah produk sebelum mengonsumsinya. Kriteria utama dalam memilih produk untuk di konsumsi adalah kehalalan dari produk tersebut (Astuti and Ruqiah 2020). Oleh karena itu, ketersediaan kosmetik halal menawarkan wanita Muslim yang ingin tampil lebih menarik sebagai pilihan, dengan komponen yang tetap taat hukum Islam. Sebagaimana tertuang dalam ayat 168 Surah Al-Baqarah Al-Qur'an tentang penggunaan produk halal

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Wahai manusia! Makanlah dari yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” (QS. Al-Baqarah : 168)

Menurut ayat tersebut, Menggunakan dan mengkonsumsi barang-barang halal, seperti makanan dan kosmetik, adalah apa yang Allah SWT perintahkan untuk dilakukan oleh orang-orang. Oleh karena itu, mengingat ayat-ayat Al-Qur'an, orang wajib menggunakan hikmah dan pertanggung jawaban yang lebih besar ketika memutuskan barang mana yang akan dikonsumsi sehingga makanannya tidak termasuk barang syubhat yang tidak diketahui halal atau haram.

Di era globalisasi ini banyak sekali muncul produk-produk kosmetik baru yang status kehalalannya belum diketahui, karena penetapan kehalalan suatu produk tidak semudah saat teknologi belum berkembang (Sayekti 2014). Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian terhadap produk kosmetik halal ini. Sementara itu, penulis memutuskan untuk menggunakan mahasiswa program studi Ekonomi Islam, dikarenakan sebagai mahasiswa ekonomi islam dianggap telah memiliki pengetahuan dasar tentang literasi halal dan produk halal. Dikalangan masyarakat mahasiswa dikenal sebagai orang yang kritis dan memiliki kemampuan memilah produk yang dikonsumsinya berdasarkan informasi yang didapat.

Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa literasi halal mempengaruhi minat mengonsumsi produk halal. Sehingga minat masyarakat untuk mengonsumsi produk halal meningkat seiring dengan meningkatnya literasi halal (Setyowati and Anwar 2022). Sementara itu, penelitian lain mengungkapkan bahwa keputusan pembelian tidak dipengaruhi oleh literasi halal. Karena, konsumen yang kurang memiliki informasi tentang

produk kosmetik yang berlabel halal tidak serta merta membuat konsumen lebih ketat terhadap produk yang akan dibeli (Rosyada 2022).

Sebagai hasil dari penjelasan ini, penulis sangat ingin melakukan studi tambahan untuk skripsi yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

Menurut Salehudin (2010), literasi halal diartikan sebagai kemampuan membedakan antara produk atau jasa yang dianggap halal dan haram sesuai dengan hukum Islam (syariah). Salehudin mengukur literasi halal dalam dua pendekatan berbeda, termasuk evaluasi diri dan metode berbasis tes. Saat melakukan pembelian, konsumen harus terlebih dahulu melalui proses informasi, persuasif, pengambilan keputusan, dan konfirmasi, sehingga literasi halal sangat penting.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2014) keputusan pembelian adalah kegiatan untuk memilih antara dua opsi atau lebih. Ada lima indikator dalam tahapan pengambilan keputusan, antara lain:

1. Pengenalan masalah. Proses dimulai ketika pelanggan akan membeli produk dan menyadari kebutuhan atau masalah.
2. Pencarian informasi. Metode yang akan digunakan pelanggan untuk meneliti suatu produk sebelum membelinya.
3. Evaluasi alternatif. Konsumen menilai merek menggunakan informasi yang dikumpulkan.
4. Keputusan pembelian. Metode di mana konsumen memilih merek teratas mereka. Namun, ada faktor lain yang berperan dalam lingkungan konsumen, seperti yang berlaku untuk orang lain dan peristiwa yang tidak terduga.
5. Perilaku pasca pembelian. Proses terakhir yang diambil konsumen setelah melakukan pembelian. Konsumen akan senang jika barang yang mereka terima memenuhi harapan mereka., sebaliknya konsumen akan tidak senang ketika produk yang diterima berbeda dengan yang diharapkan.

## **C. METODE**

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Jenis dan sumber data yang digunakan yaitu data primer dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden melalui Google Form. Populasi dalam penelitian ini tidak

diketahui secara pasti jumlahnya sehingga dalam penentuannya digunakan teknik *non probability sampling* metode *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi Islam yang sedang menempuh kuliah di Jawa Timur dan pernah menggunakan salah satu produk kosmetik halal.

Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari teori Hair et al. Jumlah sampel paling sedikit 5 kali dan paling banyak 10 kali dari jumlah indikator. Dalam penelitian ini terdapat indikator, sehingga jumlah sampel maksimal adalah 8 dikali 10 yaitu 80 responden. Ukuran sampel yang baik digunakan adalah sekitar 100 sampai 200 responden (Hair et al. 2018). Sehingga peneliti menggunakan sampel minimal 103 responden dalam penelitian ini. Dalam menganalisis data yang telah didapatkan dalam penelitian ini menggunakan software IBM SPSS Statistic 25.

#### **D. HASIL PEMBAHASAN**

##### **1. Karakteristik Responden**

Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang disebar di mahasiswa ekonomi Islam di Jawa Timur dan menghasilkan 103 data sampel. Data yang diperoleh akan diolah menggunakan aplikasi SPSS. Berikut merupakan Tabel 1 yang berisi karakteristik responden yang telah diperoleh.

Tabel 2 Karakteristik Responden

<b>Karakteristik Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>
<b>Berdasarkan Jenis Kelamin</b>	
Laki-laki	19
Perempuan	84
<b>Berdasarkan Usia</b>	
17 – 22 Tahun	97
23 – 28 Tahun	6
<b>Berdasarkan Asal Kota Universitas</b>	
Surabaya	22
Kediri	20
Lamongan	16

Karakteristik Responden	Jumlah Responden
Bangkalan	9
Malang	10
Pamekasan	3
Jember	6
Mojokerto	5
Jombang	2
Sidoarjo	2
Tulungagung	7
Gresik	1

#### Berdasarkan Pengeluaran

Rp. 0 - Rp. 500.000	55
Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	36
Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	8
Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	1

Sumber : Output SPSS 25. Data diolah

## 2. Uji Analisis Data

### a. Uji Validitas

Uji validitas sebaiknya digunakan untuk menguji sebuah data yang didapatkan dari kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah sebuah kuesioner tersebut valid atau tidak.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, bahwa dari semua pernyataan yang ada dalam kuesioner dikatakan valid dengan  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel.

Berikut adalah tabel hasil dari uji validitas

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas**

<i>Pearson</i>				
Indikator	Pernyataan	<i>Correlation</i>	$r_{tabel}$	Keterangan
Kesadaran	1	0.522	0.195	Valid
	2	0.394	0.195	Valid
	3	0.571	0.195	Valid
Pengetahu	4	0.628	0.195	Valid

<i>Pearson</i>				
Indikator	Pernyataan	<i>Correlation</i>	<i>r<sub>tabel</sub></i>	Keterangan
Sikap	5	0.405	0.195	Valid
	6	0.466	0.195	Valid
	7	0.552	0.195	Valid
	8	0.531	0.195	Valid
Pengenalan Masalah	9	0.540	0.195	Valid
Pencarian Informasi	10	0.475	0.195	Valid
	11	0.513	0.195	Valid
	12	0.474	0.195	Valid
Evaluasi Alternatif	13	0.506	0.195	Valid
	14	0.575	0.195	Valid
Keputusan Pembelian	15	0.602	0.195	Valid
	16	0.651	0.195	Valid
Perilaku Pasca Pembelian	17	0.650	0.195	Valid
	18	0.656	0.195	Valid
	19	0.642	0.195	Valid
	20	0.551	0.195	Valid

Sumber : Output SPSS 25. Data diolah

Dari table 4.9 diatas menjelaskan bahwa hasil uji validitas item yang berjumlah 20 pernyataan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa  $r_{hitung} > 0,195$  dan dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

*Cronbach Alpha* diuji keandalannya dengan dibandingkan dengan nilai *Cronbach Alpha* minimum 0,679. Pernyataan dinyatakan reliable ketika jawaban responden terhadap pernyataan konsisten. Apabila *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,679 maka variable dinyatakan reliabel (Purnomo 2016).

**Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas**

<i>Cronbach's</i>				
Indikator	Pernyataan	<i>Alpha</i>	<i>r<sub>tabel</sub></i>	Keterangan
Kesadaran	1	0.733	0.679	Reliabel
	2	0.735	0.679	Reliabel

<i>Cronbach's</i>				
Indikator	Pernyataan	<i>Alpha</i>	<i>r<sub>tabel</sub></i>	Keterangan
Pengetahuan	3	0.729	0.679	Reliabel
	4	0.730	0.679	Reliabel
	5	0.736	0.679	Reliabel
Sikap	6	0.731	0.679	Reliabel
	7	0.730	0.679	Reliabel
	8	0.731	0.679	Reliabel
Pengenalan Masalah	9	0.732	0.679	Reliabel
	10	0.728	0.679	Reliabel
Pencarian Informasi	11	0.732	0.679	Reliabel
	12	0.730	0.679	Reliabel
Evaluasi Alternatif	13	0.732	0.679	Reliabel
Keputusan Pembelian	14	0.728	0.679	Reliabel
	15	0.727	0.679	Reliabel
Perilaku Pasca Pembelian	16	0.728	0.679	Reliabel
	17	0.726	0.679	Reliabel
Perilaku Pasca Pembelian	18	0.728	0.679	Reliabel
	19	0.728	0.679	Reliabel
Perilaku Pasca Pembelian	20	0.729	0.679	Reliabel

Sumber : Output SPSS 25. Data diolah

Berdasarkan pada table 4.10 dapat disimpulkan bahwa nilai setiap variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,679. Dan dapat dikatakan bahwa setiap pernyataan adalah reliabel dan kuesioner bisa dijadikan sebagai alat ukur data.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

**Tabel 5 Uji Normalitas Skewness dan Kurtosis**

Descriptive Statistics				
N	Skewness	Kurtosis		
Statistic	Statistic	Std.	Statistic	Std.

		Error	Error
Unstandardizer	103	-0,066 0,238	-0,297 0,472
Residual			
Valid	N 103		
(listwise)			

Sumber : Output SPSS 25. Data diola

Untuk nilai rasio skewnes dan kurtosis terhadap standard errornya adalah  $(-0,066 / 0,238 = -0,277)$  dan  $(-0,297 / 0,472 = -0,62963)$ . Jika mengikuti rule of thumb diatas maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

#### b. Uji Linearitas

**Tabel 6 Hasil Uji Linearitas**

ANOVA Table			
			Sig.
Keputusan Pembelian*	Between Groups	(Combined)	.000
Literasi Halal	Linearity		.000
	Deviation from Linearity		.079

Sumber : Output SPSS 25. Data diola

Berdasarkan hasil uji linearitas, maka dapat diketahui bahwa nilai Sig. Deviation from linearity sebesar  $0.079 > 0.05$ , maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang linear antara Literasi Halal dengan Keputusan Pembelian.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Sig.
1	(Constant)	.002
	Literasi Halal	.090

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber : Output SPSS 25. Data diola

Berdasarkan pada tabel 4.8 diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena variabel yang masuk dalam model memiliki nilai signifikan sebesar  $0.090 > 0.05$ .

#### 4. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen memiliki hubungan positif atau negatif. Variabel X tidak berdampak pada variabel Y jika nilai signifikansi lebih tinggi dari 0,05. Namun demikian, variabel X memang mempengaruhi variabel Y jika tingkat signifikansi kurang dari 0,05.

**Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Unstandardized Coefficients
		B
1	(Constant)	15.799
	Literasi Halal	1.025

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output SPSS 25. Data diolah

Sesuai hasil perhitungan pada tabel 4.11 di atas.

$$Y = 15.799 + 1,025X + e$$

Hasil persamaan regresi linier sederhana pada perhitungan sebelumnya menunjukkan bahwa:

- 1) Nilai konstanta 15.799 menunjukkan besarnya keputusan pembelian adalah 15.799 jika variabel literasi halal (X) adalah 0 (nol).
- 2) Hasil perhitungan koefisien variabel sebesar 1,025 mempunyai arti jika nilai variabel literasi halal meningkat 1 maka keputusan pembelian terhadap produk kosmetik halal akan meningkat sebanyak 1,025.

#### 5. Uji Hipotesis

##### a. Hasil Uji T

Uji T dipakai untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan nilai probabilitas (sig). Tidak ada pengaruh variabel bebas pada variabel terikat jika t-hitung lebih kecil dari t-tabel, dan ada pengaruh variabel bebas pada variabel terikat jika t menghitung lebih besar dari t tabel.

Tabel 9 Hasil Uji T (parsial)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		T	Sig.
1	(Constant)	3.458	.001
	Literasi Halal	7.943	.000

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output SPSS 25. Data diolah

Tabel 4.13 menampilkan bahwa nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel literasi halal berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Kemampuan model untuk menjelaskan variabel independen pada kaitannya dengan variabel dependen diukur dengan koefisien determinasi. Nilai kemampuan variabel independen untuk memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memperkirakan variabel dependen ditunjukkan oleh  $R^2$  kecil.

Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Coefficients <sup>a</sup>	
Model	R Square
1	.384

a. Predictors : (Constant), Literasi Halal

Sumber : Output SPSS 25. Data diolah

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, menampilkan bahwa koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,384. Menunjukkan bahwa variabel literasi halal berpengaruh sebesar 38,4% terhadap variabel yang mengukur keputusan pembelian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan bagaimana literasi halal mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk kosmetik halal. Dalam penelitian ini, peneliti telah menyebarkan kuesioner sebanyak 103 responden di Universitas yang ada di Jawa Timur. Kemudian hasil dari jawaban kuesioner responden tersebut diolah dengan menggunakan SPSS 25.00.

Solusi perumusan masalah dapat ditemukan berdasarkan analisis data dari 103 responden yang menyelesaikan survei yang disebarkan kepada mahasiswa ekonomi Islam di Jawa Timur. Berikut adalah temuan jawaban yang diperoleh peneliti:

1. Menurut hasil uji validitas peneliti, semua item pernyataan kuesioner memiliki jumlah r-hitung lebih besar dari r-tabel, yang menunjukkan bahwa penelitian tersebut sah.
2. Hasil uji reliabilitas mengungkapkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* masing-masing variabel melebihi r-tabe, menunjukkan bahwa variabel penulis dapat dipercaya dan kuesioner dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data.
3. Hasil analisis regresi linier sederhana menampilkan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) kosmetik halal dipengaruhi oleh variabel literasi halal (X).

Hasil dari analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa literasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa ekonomi Islam di Jawa Timur, hal ini dibuktikan dengan uji t yang hasilnya signifikan. Sama halnya menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Setyowati & Anwar (2022) yang memaparkan bahwa literasi halal memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat muslim pada produk kosmetik halal. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Oktafiani & Yahya, (2018) yang menjelaskan bahwa label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal.

Literasi halal menjadi kemampuan bagi konsumen yang akan menjadikankonsumen terlindungi dan terjamin secara kesehatan dan financial. Kemampuan ini berdasar atas kemampuan seseorang dalam membedakan barang halal dan haram tergantung pada pemahaman akan pengetahuan hukum islam itu sendiri (Salehudin 2010).

Berbagai literatur islam seperti halnya al-Qur'an dan Hadist yang telah menjelaskan tentang hukum mengonsumsi produk yang halal dan haram. Salah satunya yang tercantum dalam Al-Qur'an surat al-baqarah ayat 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“Wahai manusia! Makanlah dari yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” (QS. Al-Baqarah : 168)

Ayat diatas menerangkan bahwa Allah SWT. memerintahkan manusia untuk mengonsumsi produk yang jelas akan kehalalannya serta menghindarkan diri dari produk haram yang akan menjerumuskan dalam kemudharatan. Mahasiswa yang memiliki literasi halal yang baik, akan paham bahwa produk yang berbahan zat haram maupun cara memperoleh yang salah akan mendatangkan kemudharatan dikemudian hari sehingga akan

memiliki ketertarikan lebih pada produk halal. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT. dalam A-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 121

الَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ يَتْلُونَهُ حَقَّ تِلَاوَتِهِ أُولَٰئِكَ يُؤْمِنُونَ بِهِ ۗ وَمَن يَكْفُرْ بِهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ  
الْخٰسِرُونَ

“Orang-orang yang telah kami beri kitab suci, mereka membacanya sebagaimana mestinya, itulah orang-orang yang beriman kepadanya. Siapa yang ingkar padanya, merekalah orang-orang yang rugi.” (QS. Al-Baqarah : 121)

Berdasarkan ayat diatas Allah SWT telah memperingatkan manusia untuk mengimplementasikan literasi yang dimiliki dalam melakukan kegiatan apapun, sehingga dapat menghindarkan diri dari marabahaya suatu hari nanti. Maka melibatkan literasi halal yang dimiliki dalam melakukan keputusan pembelian produk halal merupakan salah satu hal yang dianjurkan dalam ajaran Islam.

## **E. KESIMPULAN**

Hasil penelitian dan analisis data dari pembahasan tentang variabel bebas berupa literasi halal dan variabel terikat berupa keputusan pembelian, memungkinkan penulis untuk menarik kesimpulan bahwa literasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal. Pengetahuan tentang membedakan barang yang halal dan haram, dapat membuat mahasiswa bisa memilih menggunakan produk yang halal untuk dikonsumsi. Maka akan timbul kecenderungan, mahasiswa ekonomi Islam untuk membeli kosmetik halal ketika literasi halal mereka lebih tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arief. 2022. "Asosiasi Sebut 85% Kosmetik Yang Beredar Di RI Kategori Barang Ilegal." 2022. <https://katadata.co.id/maesaroh/berita/61ee824b03717/asosiasi-sebut-85-kosmetik-yang-beredar-di-ri-kategori-barang-ilegal>.
- Astuti, An Ras, and Ruqiah. 2020. "Bisnis Halal Dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis." *AL MA'ARIEF: Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya* 1 (2): 142–56. <https://doi.org/10.35905/almaarief.v1i2.1139>.
- Hair, Joseph, William Black, Barry Babin, and Rolph Anderson. 2018. *On Multivariate Data Analysis Joseph F. Hair Jr. William C. Black Eight Edition*.
- Indonesia, Bisnis. 2021. "MEMPERCANTIK PARAS BISNIS KOSMETIK LEWAT PENJUALAN ONLINE." <https://bisnisindonesia.id/article/mempercantik-paras-bisnis-kosmetik-lewat-penjualan-online>.
- Kusnandar. 2021. "RISSC: Populasi Muslim Indonesia Terbesar Di Dunia." 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/rissc-populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia>.
- . 2022. "10 Provinsi Dengan Presentase Muslim Terbesar Tahun 2021." 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/10-provinsi-dengan-persentase-muslim-terbesar-tahun-2021>.
- Oktafiani, Dea, and Yahya. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 7 (9): 1–16.
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS. Cv. Wade Group*.
- Rosyada, Mohammad. 2022. "Analisis Pengaruh Brand Awareness, Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal." *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 13 (2): 213–18. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.868>.
- Salehudin, Imam. 2010. "Halal Literacy and Intention of Muslim Consumers to Switch from Products Without Halal Label: An Instrument Development and Validation in Indonesia." *SSRN Electronic Journal* II (1): 1–17. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2004762>.
- Sayekti, Nidya Waras. 2014. "Jaminan Produk Halal Dalam Perspektif Kelembagaan." *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik* Vol. 5 No. (November): 193–209. <http://id.portalgaruda.org/?ref=author&mod=profile&id=583667>.
- Schiffman dan Kanuk. 2014. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Setyowati, Anis, and Moch. Khoirul Anwar. 2022. "Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun." *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan* 16 (1): 108–24. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v16i1.108-124>.

