

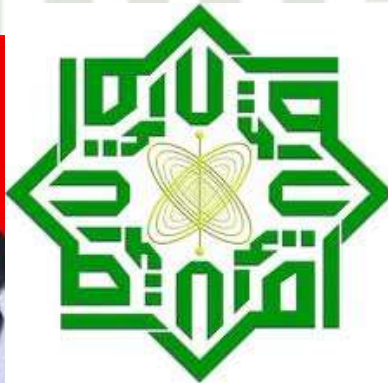
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK KOSMETIK HALAL  
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI KOSMETIK  
PADA MAHASISWI JURUSAN EKONOMI  
SYARIAH UIN SUSKA RIAU**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada  
Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum,  
UIN SUSKA Riau



**OLEH:**

**NILAM SARI**  
**11325204432**

**PROGRAM S1  
JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI  
SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU**

**2020**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERSETUJUAN**

Skripsi dengan judul "PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK KOSMETIK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI KOSMETIK PADA MAHASISWI JURUSAN EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM" yang dituli soleh :

Nama : Nilam Sari  
NIM : 11325204432  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam siding Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 23, April 2018  
Pembimbing Skripsi



Dr. Amrul Muzan, M.Ag

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul "PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK KOSMETIK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI KOSMETIK PADA MAHASISWI JURUSAN EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU" yang ditulis oleh :

Nama : **NILAM SARI**  
NIM : 11325204432  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 29 Juni 2020  
Waktu : 13.00 WIB  
Tempat : Daring

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 20 Januari 2021 M.  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. Heri Sunandar, MCL**

Sekretaris  
**Syukran, M.Sy**

Penguji I  
**Nuryanti, M.E.Sy**

Penguji II  
**Rozi Andriani, ME**

Mengetahui:  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

  
**Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag**  
NIP. 19580712 198603 1 005

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**SURAT PERNYATAAN  
KEABSAHAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nilam Sari  
NIM : 11325204432  
Tempat/Tanggal Lahir : Limbanang, 14 September 1995  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : SYARIAH DAN HUKUM  
Universitas : UIN SUSKA RIAU

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK KOSMETIK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI KOSMETIK PADA MAHASISWI JURUSAN EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU"** adalah benar karya saya sendiri atau bukan plagiat hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau plagiat hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Pekanbaru, 13 Januari 2021  
Yang membuat pernyataan

  
**NILAM SARI**  
NIM. 11325204432

## ABSTRAK

### **Nilam Sari (2020) : Pengaruh Pengetahuan Produk Kosmetik Halal Terhadap Keputusan Membeli Kosmetik Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau**

Latar belakang penelitian ini yaitu berdasarkan beberapa pengamatan berupa wawancara yang penulis lakukan kepada beberapa orang mahiswi prodi Ekonomi Syariah yang mana sebagai mahasiswi Ekonomi Syariah yang sudah pernah mengambil mata kuliah Ekonomi Islam dan sedikit banyaknya sudah memiliki pengetahuan tentang produk halal dan haram dan juga bagaimana konsumsi yang benar dalam Islam. Namun dari hasil wawancara tersebut masih banyak dari mereka yang tidak memperhatikan label halal dalam membeli kosmetik, dan beberapa orang juga mengaku menggunakan produk kosmetik yang tidak memiliki label halal. Jadi penulis ingin mengetahui seberapa besar faktor pengetahuan produk tersebut berpengaruh terhadap keputusan membeli kosmetik pada mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau, dan bagaimana pandangan Ekonomi Islam terhadap pengaruh pengetahuan produk kosmetik halal terhadap keputusan membeli kosmetik pada mahasiswi prodi Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Syariah dan Hukum, Prodi Ekonomi Syariah UIN SUSKA. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisa data dengan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah seluruh mahasiswi prodi Ekonomi Syariah UIN SUSKA tahu angkatan 2014-2015 yaitu sebanyak 359 orang. Dengan jumlah sampel 78 orang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *insidental sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, angket, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian diperoleh nilai R sebesar 0,543 yang artinya adalah bahwa antara variabel independen dengan variabel dependen memiliki hubungan cukup berarti atau sedang. Selanjutnya pada tabel diatas ditunjukkan nilai R Square 0,294, artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 29,4% sedangkan sisanya sebesar 70,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Yang artinya Pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli. (Ha). Menurut perspektif Ekonomi Islam, pengaruh pengetahuan produk kosmetik halal terhadap keputusan membeli kosmetik mahasiswi prodi Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau sudah sesuai dengan syariah Islam.

**Kata Kunci :** Pengetahuan, produk, kosmetik halal, keputusan pembelian

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR



Segala puji syukur hanya kepada Allah Swt, dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat dan salam tidak lupa disampaikan kepada junjungan kita yakni Nabi Muhammad saw yang telah berjuang membawa umatnya dari alam kehinaan dan kejahiliah kepada alam yang penuh rahmat dan kebaikan yaitu Rahmatan Lil' alamin sampai kepada kita saat sekarang ini.

Penulisan skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK KOSMETIK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI KOSMETIK PADA MAHASISWI JURUSAN EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU”**, dimaksudkan untuk melengkapi tugas dan memenuhi sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Syariah dan Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dukungan dan do'a dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk itu melalui karya ilmiah ini penulis sampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya dan sedalam-dalamnya kepada:

1. Kedua orang tua Mr.Sofianus dan Ms.Nelfita yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, dan selalu memberikan kasih sayang serta dukungan yang tidak terhingga baik moril maupun materil sehingga sampai hari ini.

2. Bapak Dr. Suyitno, M.Ag, selaku Pelaksana Tugas (PLT) Rektor UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Dr. Drs. H. Suryan A. Jamrah, MA, selaku Wakil

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rektor I, Bapak Dr. H. Kusnadi, M.Pd, selaku Wakil Rektor II, Bapak Drs. H. Promadi MA, Ph.D, selaku Wakil Rektor III dan seluruh civitas akademika yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di kampus ini.

Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, beserta Bapak Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL, selaku Wakil Dekan I, Dr. Wahidin, M,Ag, selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. H. Maghfirah, MA, selaku Wakil Dekan III.

4. Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag, MH, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, MSc, AK, CA, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.

5. Bapak Dr. Amrul Muzan, M.Ag, selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dengan setulus hati serta membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Ibuk Nurnasrina, SE, M.Si, selaku dosen Pembimbing Akademik yang memotivasi penulis agar menyelesaikan perkuliahan dengan baik.

7. Bapak atau Ibu para dosen serta staff di Fakultas Syariah dan Hukum.

Adik-adik tercinta Rela Dwi Mulia, Asyrof M. Zaki dan Haziratul Qudsiyah yang selalu memberikan semangat serta doa yang tulus demi penyelesaian skripsi ini.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Sahabat tersayang Helmi Rahayu yang selalu memberi semangat, masukan dan juga turut membantu penulis dalam penyebaran kuesioner penelitian yang insyaallah juga akan mendapatkan gelar sarjananya tahun ini. Semangat!
10. Om Todi Gutandra dan ante Rita Edriati, Om Ed dan ibu In yang selalu memberi dukungan moril maupun materil selama masa studi sampai pengerjaan skripsi.
11. Adik-adik tersayang kost Orens Putri Ririn, Sherli dan Nenda yang selalu memberi semangat masukan dan motivasi untuk penulis dalam pengerjaan skripsi.
12. Alumni kost Orens Putri yang juga teman baikku Esi Novita, S.Sos dan Dede Aulia, Amd yang juga turut memberi semangat untuk penulis dari jauh.
13. Teman-teman baikku Nelsi Nelda, Mutiara Aprilina, Niken Prima Halin, Nella, dan Nova Yunita yang selalu memberikan semangat, motivasi serta doa demi penyelesaian skripsi ini. Selesai semua ya tahun ini, semangat!
14. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam Kelas G 2013 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan bekerjasama dalam menyelesaikan studi selama lebih kurang 4 tahun sampai mengerjakan skripsi ini.
15. Sahabat-sahabat jauhku Erika Meilani, S.H, Farimah Rahmi, Tania P.S, dan Jefri Ardi yang selalu menyemangati, selalu nyinyir bertanya “kapan wisuda?” melalui group chat dan menjadi motivasi untuk penulis lebih giat dalam mengerjakan skripsi. Sukses selalu untuk kita.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

16. Teman-teman KKN Muara Kelantan 2016 yang saya pernah hidup seperti keluarga selama beberapa minggu dan sampai saat ini Alhamdulillah masih menjalin silaturahmi. Terima kasih pengalaman hebat bersama kalian dan untuk semangat serta dukungannya.

17. Untuk seluruh keluarga besar yang selalu memberikan bimbingan dan semangat serta doa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan dan kerjasama Bapak/Ibu, Saudara/I, dan rekan-rekan sekalian dibalas oleh Allah SWT. Dan senantiasa mendapat Rahmat dan Karunia-Nya.

Dengan demikian skripsi ini diselesaikan dengan semampu penulis, harapan penulis semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan. Kepada Allah SWT penulis menyerahkan diri dan memohon pertolongan.

Pekanbaru, Februari 2020

Nilam Sari

UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
E. Metode Penelitian.....	9
1. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	9
2. Subjek dan Objek Penelitian .....	9
3. Populasi dan Sampel Penelitian .....	9
4. Sumber Data.....	11
5. Teknik Pengumpulan Data.....	12
6. Teknik Analisis Data.....	12
F. Kerangka Pemikiran.....	17
G. Hipotesis Penelitian.....	17
H. Defenisi Variabel .....	17
I. Sistematika Penulisan.....	18
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum UIN SUSKA Riau .....	20
B. Gambaran Umum Fakultas Syariah dan Hukum .....	29
C. Profil Prodi Ekonomi Syariah .....	31

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB III LANDASAN TEORITIS**

A. Pengetahuan .....	34
1. Pengertian Pengetahuan .....	34
B. Pengetahuan Produk.....	35
C. Produk Kosmetik Halal .....	38
1. Pengertian Kosmetik .....	38
2. Produk Halal.....	40
D. Keputusan Pembelian.....	42
1. Pengertian Keputusan pembelian.....	42
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Mengambil Keputusan Pembelian .....	45
3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	51
4. Peran Keputusan Pembelian.....	53
E. Penelitian Terdahulu .....	55

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Pengujian Instrumen Penelitian.....	56
1. Uji Validitas .....	56
2. Uji Reliabilitas .....	57
B. Uji Pra Analisis .....	58
1. Uji Normalitas.....	58
C. Deskriptif Karakteristik Responden.....	60
D. Statistik Deskriptif Responden.....	62
E. Model Regresi .....	73
1. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	73
F. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	74
1. Uji t.....	74
2. Koefisien Determinasi.....	75
G. Pengaruh Pengetahuan Produk Kosmetik Halal terhadap Keputusan Membeli Kosmetik Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam UIN SUSKA Riau Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam .	77

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	86
B. Saran.....	86

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data jumlah mahasiwi jurusan Ekonomi Islam UIN SUSKA Riau tahun 2014-2015.....	10
Tabel I.2	Defenisi Operasional Variabel.....	18
Tabel II.1	Tabel Periode Kepemimpinan UIN SUSKA. ....	25
Tabel. IV.1	Hasil Uji Validitas. ....	57
Tabel. IV.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel. IV.3	Hasil Uji Normalitas K-S-Z.....	59
Tabel. IV.4	Data Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel. IV.5	Data Responden Berdasarkan Tingkat Semester .....	61
Tabel. IV.6	Penilaian Responden Terhadap Variabel Pengetahuan Produk	62
Tabel. IV.7	Jawaban Responden Tentang Pengetahuan Produk (item 1) .	63
Tabel. IV.8	Jawaban Responden Tentang Pengetahuan Produk (item 2) .	63
Tabel. IV.9	Jawaban Responden Tentang Pengetahuan Produk (item 3) .	64
Tabel. IV.10	Jawaban Responden Tentang Pengetahuan Produk (item 4) .	64
Tabel. IV.11	Jawaban Responden Tentang Pengetahuan Produk (item 5) .	65
Tabel. IV.12	Jawaban Responden Tentang Pengetahuan Produk (item 6) .	65
Tabel. IV.13	Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Membeli	66
Tabel. IV.14	Jawaban Responden Tentang Keputusan Membeli (item 1) .	67
Tabel. IV.15	Jawaban Responden Tentang Keputusan Membeli (item 2) .	68
Tabel. IV.16	Jawaban Responden Tentang Keputusan Membeli (item 3) .	68
Tabel. IV.17	Jawaban Responden Tentang Keputusan Membeli (item 4) .	69
Tabel. IV.18	Jawaban Responden Tentang Keputusan Membeli (item 5) .	69

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

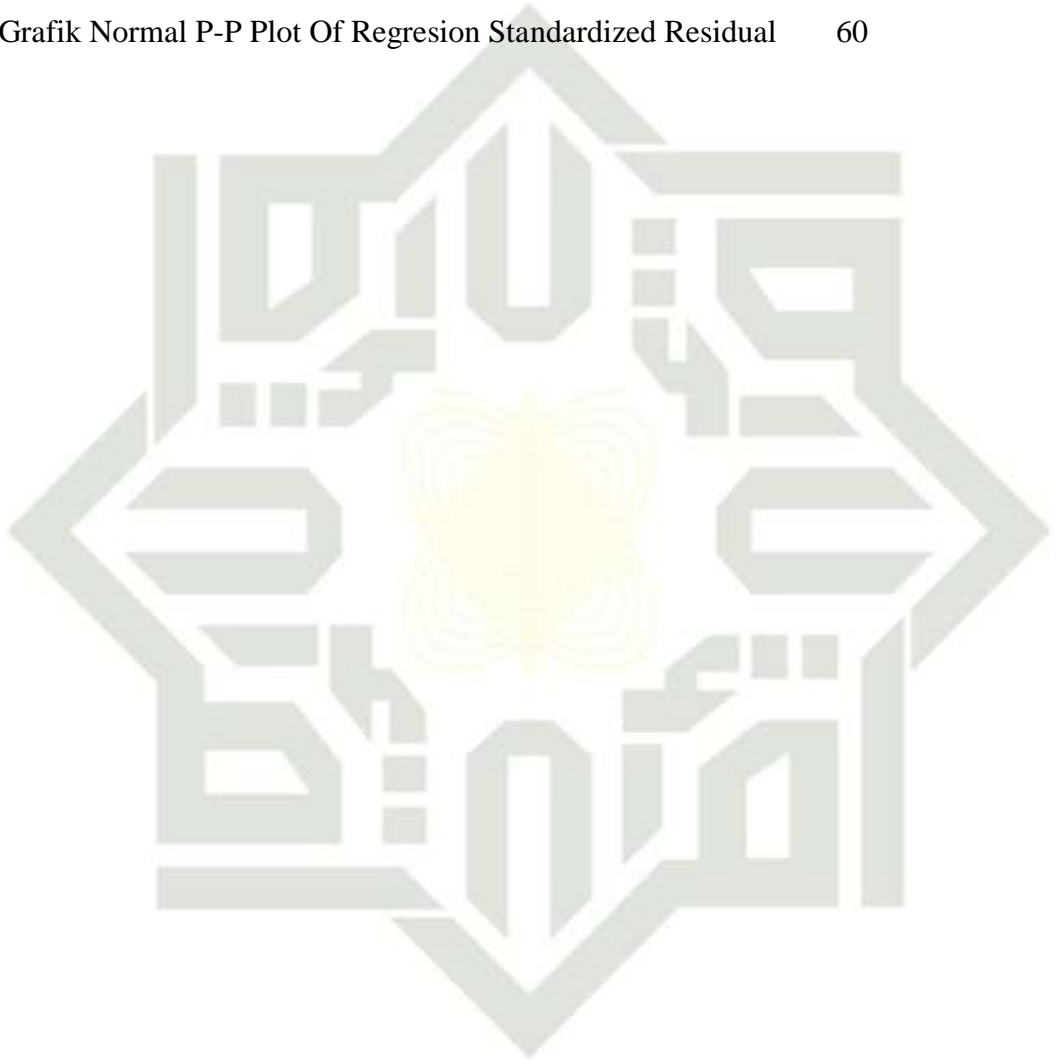
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel. IV.19 Jawaban Responden Tentang Keputusan Membeli (item 6) .	70
Tabel. IV.20 Jawaban Responden Tentang Keputusan Membeli (item 7) .	70
Tabel. IV.21 Jawaban Responden Tentang Keputusan Membeli (item 8) .	71
Tabel. IV.22 Jawaban Responden Tentang Keputusan Membeli (item 9) .	71
Tabel. IV.23 Jawaban Responden Tentang Keputusan Membeli (item 10)	72
Tabel. IV.24 Jawaban Responden Tentang Keputusan Membeli (item 11)	72
Tabel. IV.25 Jawaban Responden Tentang Keputusan Membeli (item 12)	73
Tabel.IV.26 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	73
Tabel. IV. 27 Hasil Uji T .....	75
Tabel. IV.28 Interval Nilai Koefisien Korelasi dan Kekuatan Hubungan.	75
Tabel. IV.29 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Kerangka pemikiran.....	17
Gambar IV.I	Histogram .....	59
Gambar IV.2	Grafik Normal P-P Plot Of Regresion Standardized Residual	60



UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang masalah

Indonesia merupakan negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam yang mana jumlah penduduk Indonesia yang dilansir Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2015 berjumlah 254,9 juta jiwa. Dari data tersebut, rinciannya adalah penduduk laki-laki berjumlah 128,1 juta jiwa dan perempuan berjumlah 126,8 juta jiwa, dan 85% dari penduduk Indonesia beragama Islam.<sup>1</sup> Dalam Islam ada beberapa hal-hal yang diatur dalam mengkonsumsi suatu produk, salah satunya dimana produk yang dikonsumsi tersebut harus halal. Oleh karena itu sudah menjadi kewajiban bagi produsen untuk memenuhi hak konsumen terutama konsumen muslim.

Data dari BPS juga menunjukkan jumlah penduduk perempuan di Indonesia juga sangat banyak dan hanya memiliki selisih 1,3 juta jiwa dibandingkan penduduk laki-laki. Dikarenakan banyaknya jumlah penduduk perempuan di Indonesia merupakan kesempatan yang sangat besar bagi produsen untuk memenuhi kebutuhan perempuan terutama produk kosmetik.

Hingga saat ini telah ada beberapa produsen kosmetik yang sejak awal konsisten menasar pengguna kosmetik muslim di Indonesia dan telah memiliki sertifikasi halal. Secara aturan, produk kosmetik yang memiliki sertifikasi dan label halal dinilai telah memenuhi aturan hak konsumen muslim.

<sup>1</sup> <http://news.fimadani.com/read/2015/11/21/data-bps-2015-sebut-jumlah-laki-laki-di-Indonesia-lebih-banyak-dari-perempuan>, (diakses tanggal 10 Desember 2016, pukul, 14:10)



Tetapi meskipun demikian, ditemukan beberapa pengguna yang masih menggunakan produk kosmetik lain yang tidak memperhatikan apakah produk tersebut halal atau tidak.

Menurut Ian Alfian dan Muslim Marpaung dalam penelitiannya label halal adalah pemberian tanda halal atau bukti tertulis sebagai jaminan produk yang halal dengan tulisan Halal dalam huruf Arab, huruf lain dan nomorr kode dari Menteri yang dikeluarkan atas dasar pemeriksaan halal dari lembaga pemeriksaan halal yang dibentuk oleh MUI, fatwa halal dari MUI,sertifikat halal dari MUI sebagai jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksudadalah halal dikonsumsi serta digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah.<sup>2</sup>

Sertifikasi label halal secara aturan bukanlah hal yang mudah karena harus melalui prosedur-prosedur atau tahapan tertentu. Sistem Jaminan Halal (SJH) sendiri mulai diberlakukan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) pada tahun 2005, sebagai suatu sistem yang menjamin kepada MUI atas kehalalan produk suatu perusahaan sepanjang masa perusahaan itu memegang Sertifikat Halal MUI. Halal menurut LPPOM MUI adalah boleh. Pada kasus makanan, kebanyakan makanan termasuk halal kecuali secara khusus disebutkan dalam Al Qur'an atau Hadits, sedangkan haram adalah sesuatu yang Allah SWT melarang untuk dilakukan dengan larangan yang tegas.

Konsep halal dalam kehidupan masyarakat Indonesia telah banyak

<sup>2</sup>Ian Alfian dan Muslim Marpaung, *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan*, *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. 2, No. 1, 2017, h.126

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dikenal dan diterapkan khususnya umat Islam. Halal diperuntukkan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih yang dimakan atau dikonsumsi oleh manusia menurut syari'at islam. Lawan halal adalah haram yang berarti "tidak dibenarkan atau dilarang" menurut syari'at islam. Allah telah menegaskan dalam Al-qur'an surat Al-Maidah ayat 3:<sup>3</sup>

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi” (QS. 5:3)

Dalam ayat di atas, kata "memakan" tidak hanya bermakna memakan lewat mulut, tapi memakan tersebut juga berarti mengkonsumsi dalam artian menggunakan olahan babi untuk berbagai keperluan termasuk kosmetik. Halal atau tidak merupakan suatu keamanan pangan yang sangat mendasar bagi umat Islam. Konsumen Islam cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang.<sup>4</sup>

Dalam memastikan kehalalan suatu produk tidak hanya bahan bakunya saja yang harus diperhatikan, tapi setiap unsur-unsur dalam proses produksi perlu diperhatikan. Menurut Hikmawati dalam penelitiannya menjelaskan bahwa seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan suatu teknologi serta tuntutan modernisasi, sejumlah masyarakat dewasa ini telah melalaikan tentang anjuran mengkonsumsi produk-produk halal dan baik. Permasalahan ini juga terjadi disebahagian daerah besar di penjuru Indonesia. Banyaknya

<sup>3</sup> Q.S. Al-Maidah (3) : h.85

<sup>4</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h.209

produk-produk yang dikonsumsi oleh masyarakat memberikan perhatian tersendiri tentang keamanan dan kenyamanan dari kualitas produk yang disediakan.<sup>5</sup>

Mengonsumsi produk yang halal tidak hanya untuk memenuhi kewajiban sebagai seorang muslim tapi juga mengandung manfaat tersendiri bagi konsumen, karena produk yang tidak halal (produk yang menggunakan bahan baku tidak halal) akan membawa dampak buruk bagi konsumen. Maka dari itu memproduksi produk halal sangatlah bermanfaat salah satunya pada produk kosmetik sangat bermanfaat dalam menjaga kesehatan kulit karena terbuat dari bahan baku yang halal dan tidak berbahaya.

Beberapa produk kosmetik yang sudah memiliki sertifikasi halal dari MUI diantaranya adalah Wardah, Ristra, La Tulipe, Marcks' Venus, Sariayu, Biokos, Caring Colors, PAC, Mustika Ratu, Moors, Mustika Puteri, Biocell, Rivera, Theraskin, dan beberapa produk lainnya.

Setiap produsen harus memenuhi hak konsumen, termasuk konsumen muslim. Memproduksi produk halal adalah bagian dari tanggung jawab perusahaan kepada konsumen muslim karena ketika konsumen khususnya konsumen muslim mengonsumsi hasil produksi tersebut tidak terdapat dalih keragu-raguan atas kehalalannya.<sup>6</sup>

Menurut Sofyan Assauri, manajemen pemasaran merupakan kegiatan pengendalian, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-

<sup>5</sup> Hikmawati, *Pengaruh Labelisasi halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Cake Dan Bakery Chocolicious Di Kota Makassar*. (Makassar: 2017), Skripsi, diakses, pada tanggal 10 Desember 2020, h.7.

<sup>6</sup>LPPOM, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal*, (Jakarta : MUI, 2013), h.7

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

program yang dibuat untuk membentuk, membangun, serta memelihara keuntungan dari petukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang.<sup>7</sup> Dalam pemasaran biasanya dihadapkan pada masalah produk, harga, distribusi dan promosi. Disamping masalah tersebut biasanya masalah yang lain yaitu tentang keputusan pembelian konsumen. Kegiatan pemasaran bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian suatu produk. Dalam melakukan pembelian konsumen membutuhkan informasi tentang produk yang akan dibeli.

Keputusan membeli dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan membeli terdiri dari beberapa faktor diantaranya yaitu pembelajaran atau bisa disebut juga dengan pengetahuan. Pembelajaran atau pengetahuan merupakan perubahan dalam proses berpikir seseorang dari adanya pengalaman sebelumnya.

Pengetahuan biasanya sering didasarkan pada pengetahuan langsung dan pengetahuan tidak langsung. Para pemasar sangat tertarik untuk mengerti dan memahami pengetahuan konsumen. Informasi yang dipegang oleh konsumen tentang produk/jasa akan sangat mempengaruhi pola pembelian mereka.<sup>8</sup>

Pengetahuan konsumen juga memberikan dampak dalam keputusan masyarakat untuk memilih suatu model jasa atau produk tertentu dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan yang ada. Setiap

<sup>7</sup> Sofyan Assauri. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), h. 12

<sup>8</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002).  
Eds. Millenium, h.190.

orang yang berada di satu komunitas pasti mempunyai pengetahuan yang berbeda mengenai setiap model jasa atau produk yang tersedia, beserta dengan perusahaan yang mengeluarkan jasa atau produk tersebut.<sup>9</sup>

Bagi masyarakat awam seringkali kurang memperhatikan hal-hal yang terkait dengan kehalalan produk dalam kegiatan konsumsinya, tapi seiring berjalannya waktu dan juga adanya kemajuan teknologi sedikit banyaknya pengetahuan masyarakat juga meningkat, apalagi bagi mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah tentu saja pengetahuan tentang halal dan haram dalam konsumsi suatu produk sudah tidak asing lagi bagi mereka. Menurut Gina Astrila dan Agus Putranto dalam hasil penelitian mereka menginformasikan bahwa tingkat pengetahuan tentang label halal yang dimiliki ternyata juga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan pada penggunaan produk kosmetik.<sup>10</sup>

Akan tetapi dari hasil wawancara penulis dengan 10 orang mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah pada hari Selasa tanggal 03 Januari 2017 diketahui bahwa seluruh mahasiswi yang diwawancara memiliki pengetahuan tentang produk halal dan mereka juga mengetahui bahwa dalam Islam diwajibkan untuk mengonsumsi segala sesuatu yang halal. Namun hanya 4 orang (40%) yang selalu memperhatikan label halal pada produk sebelum membeli produk kosmetik, sedangkan sisanya yaitu 6 orang (60%) tidak memperhatikan hal tersebut.

<sup>9</sup>A.N.Gampu., L. Kawet., Yantje Uhing. *Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado*, (Jurnal EMBA Vol.3 No.3 Sept. 2015), h.13

<sup>10</sup> Gina Astrila, Agus Putranto, *Pengaruh Tingkat Pengetahuan Tentang Pesan Halal Terhadap Tingkat Kepercayaan Pada Produk Kosmetik*, Skripsi (Jakarta) ,h.7

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dan juga dapat diketahui bahwa hanya 4 orang (40%) yang menggunakan produk kosmetik berlabel halal, 2 orang (20%) menggunakan produk kosmetik yang tidak memiliki label halal, sedangkan sisanya 4 orang (40%) lainnya tidak tahu apakah produk kosmetik yang mereka gunakan memiliki label halal dari MUI atau tidak. Dari hasil wawancara penulis menyimpulkan bahwa sebagian besar dari mahasiswi tersebut tidak memperhatikan label halal sebelum membeli kosmetik meskipun mereka mengetahui bahwa dalam Islam dianjurkan untuk mengonsumsi segala sesuatu yang halal dan baik.

Maka dari itu berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti ***“Pengaruh Pengetahuan Produk Kosmetik Halal Terhadap Keputusan Membeli Kosmetik Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Uin Suska Riau Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”***

**B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus, maka bagi penulis perlu diadakan batasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini ialah penulis hanya meneliti bagaimana pengaruh pengetahuan produk kosmetik halal terhadap keputusan membeli mahasiswi jurusan Ekonomi Islam UIN SUSKA Riau dan penelitian ini juga ditinjau menurut perspektif Ekonomi Islam.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Rumusan Masalah**

Perumusan masalah berdasarkan pemaparan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk kosmetik halal terhadap keputusan mahasiswi Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau dalam membeli kosmetik?
- b. Bagaimana perspektif Ekonomi Islam terhadap pengaruh pengetahuan produk kosmetik halal terhadap keputusan membeli kosmetik mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau?

**D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk kosmetik halal terhadap keputusan mahasiswi Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau dalam membeli kosmetik
- b. Untuk mengetahui perspektif Ekonomi Islam terhadap pengaruh pengetahuan produk kosmetik halal terhadap keputusan membeli kosmetik mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau.

2. Kegunaan Penelitian diantaranya:

a. Bagi Penulis

Disamping menambah pengetahuan dan pengalaman dan menjadi pembanding antara ilmu yang diperoleh di bngku kuliah dalam aplikasi nyata juga sebagai syarat untuk mencapai gelar sarjana.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan terutama tambahan referensi bahan bacaan di perpustakaan dan juga sebagai bahan penunjang untuk penelitian selanjutnya.

**E. Metodologi Penelitian**

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau pada tahun 2017.

2. Subyek dan obyek penelitian

Adapun subyek dalam penelitian ini yaitu mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau yang menggunakan produk kosmetik, sedangkan yang menjadi obyek penelitian ini yaitu pengaruh pengetahuan halal produk kosmetik terhadap keputusan membeli mahasiswi.

3. Populasi dan Sampel

- a. Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Populasi dalam penelitian merupakan keseluruhan dari obyek yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, gejala, nilai, peristiwa, dan sebagainya, sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2011), h.109



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UIN SUSKA Riau tahun 2014-2015 yang datanya adalah sebagai berikut:

**Tabel I.1:** Data jumlah mahasiswa jurusan Ekonomi Islam UIN SUSKA Riau tahun 2014-2015

2014	2015	Jumlah
227 Orang	127 Orang	354 Orang

Sumber: Bagian Akademik FASIH UIN SUSKA RIAU, 2016

b. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi<sup>12</sup>. Maka untuk menentukan sampel dari mahasiswa, yang dibutuhkan dalam penelitian ini digunakan rumus *Slovin*, dengan tingkat *error* atau kesalahan 10%. Dengan rumus sebagai berikut<sup>13</sup>:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- N = Ukuran Populasi  
 n = Ukuran sampel  
 e = Tingkat Kesalahan (10%)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011). h81

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011). h.65

$$n = \frac{354}{1 + 354 (0.1)^2} = 77,97 = 78$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel dari mahasiswi dalam penelitian ini berjumlah 78 orang. Maka penulis mengambil data dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* (Sampel Kebetulan), dengan memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses.<sup>14</sup>

#### 4. Sumber Data

Adapun sumber data untuk penelitian ini ialah:

##### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden penelitian dengan menggunakan alat pengukuran berupa kuisioner atau angket. Kuisioner atau angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.

##### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak secara langsung diperoleh oleh peneliti dari responden penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa data yang diperoleh dari buku, majalah, dan website yang terkait dengan penelitian ini.<sup>15</sup>

<sup>14</sup>*Ibid*, h. 66.

<sup>15</sup>Widoyoko, Eko Putro, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2012), h.33

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga bagian sebagai berikut:

- a. Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung di lapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang akan diteliti.
- b. Wawancara merupakan interaksi dan komunikasi secara langsung, tujuannya untuk memperoleh data yang valid dan akurat.
- c. Kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan / pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut.<sup>16</sup>

## 6. Teknik Analisis Data

Untuk melakukan penganalisaan data yang diperoleh dilapangan, maka cara yang penulis tempuh yaitu dengan menganalisa data menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan teknik korelasi regresi linear sederhana.

Sebelum dilakukan pengujian terlebih dahulu dilakukan pengujian persyaratan analisis yang meliputi:

- a. Uji Instrumen Penelitian
  - 1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrument atau kuisisioner yang disusun mampu menggambarkan

<sup>16</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, Edisi 2, 2014), h. 70.

yang sebenarnya dari variabel penelitian. Sebuah instrument dikatakan valid apabila nilai koefisien  $r_{hit} \geq r_{tab}$ .<sup>17</sup>

Adapun rumus yang dipakai pada uji validitas ini adalah dengan *korelasi pearson produk moment* yang sudah ada dalam program SPSS, yaitu:

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \cdot \sum y^2}}$$

Keterangan:

$r$  = koefisien korelasi

$x$  = deviasi rata-rata variabel X

$$= X - \bar{X}$$

$y$  = deviasi rata-rata variabel Y

$$= Y - \bar{Y}$$

## 2) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1.

<sup>17</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Edisin, ke-2, cet. Ke-3 h. 235

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0.60. Menurut Suyuthi kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien *alpha* yang lebih besar dari 0,6. Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.<sup>18</sup>

Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right)$$

$k$  = jumlah item

$\sum s_i^2$  = jumlah varians skor total

$s_i^2$  = varians responden untuk item ke  $i$ <sup>19</sup>

### 3) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data *continue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan. Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov* yang dipadukan dengan kurva *P-P Plots*.<sup>20</sup>

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>18</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), h. 96

<sup>19</sup> Husaini Usman, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 291

<sup>20</sup> Agus Eko Sujianto, *op.cit.*, h.78

Kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov* adalah sebagai berikut:<sup>21</sup>

- 1) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas < 0,05 distribusi data adalah tidak normal.
  - 2) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0,05 distribusi data adalah normal.
- b. Uji Model Regresi
- 1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel melalui koefisien regresinya. dimana variabel independen (X) pengetahuan tentang produk halal sedangkan variabel dependen (Y) adalah keputusan membeli. Persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

Keterangan : Y = Variabel terikat

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien arah regresi linear

X = Variabel bebas (Pengetahuan tentang produk halal)

Berdasarkan model rumus Regresi linear sederhana diatas maka dalam penelitian ini, diturunkan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X$$

Dimana : Y = keputusan membeli

<sup>21</sup>*Ibid.*,h.83

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien arah regresi linier

X = Pengetahuan tentang produk halal

## 2) Uji Hipotesis Penelitian

### a) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y) dengan  $\alpha = 0,05\%$ , jika  $t_{hit} > t_{tab}$ , maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, jika  $t_{hit} < t_{tab}$  maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

### b) Koefisien Korelasi (r)

Korelasi diartikan sebagai hubungan. Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui pola dan keeratan hubungan antara dua variabel atau lebih. Arah korelasi menunjukkan pola gerakan variabel Y terhadap gerakan variabel X.<sup>22</sup> Pada penelitian ini dilakukan uji korelasi sederhana dengan rumus *korelasi pearson produk moment*. Dalam pengolahan data ini penulis menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS 20.00.

<sup>22</sup> Sudaryono, *Teori Dan Aplikasi Dalam Statistik*. (Yogyakarta: Andi, 2014), h. 67.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

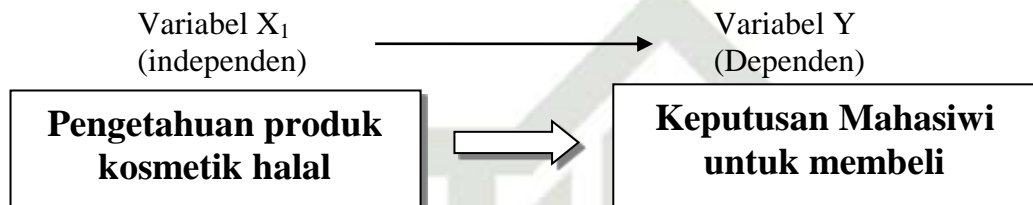
### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar I.1: Kerangka Pemikiran



## G. Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan landasan analisis teori di atas dapat disusun suatu hipotesa yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus dibuktikan secara empiris

Ho : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan produk kosmetik halal terhadap keputusan membeli kosmetik mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau

Ha : Terdapat hubungan yang signifikan pengetahuan produk kosmetik halal terhadap keputusan membeli kosmetik mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau

## H. Defenisi Variabel

Defenisi variabel adalah suatu defenisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan untuk mengukur variabel tersebut.<sup>23</sup>

<sup>23</sup> Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), h. 126



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel I.1: Defenisi Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
Pengetahuan Produk (X)	Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk (Sumarwan , 2003 :)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat pengetahuan konsumen mengenai suatu produk, sring disebut menilai pengetahuan sendiri (<i>subjective knowledge</i>)</li> <li>2. Pengetahuan atas produk yang benar-benar tersimpan dalam memori konsumen (<i>objective knowledge</i>)</li> <li>3. Pengalaman sebelumnya dari pembelian atau penggunaan produk (<i>experience-based knowledge</i>)</li> </ol>	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Sofjan Assauri, 2004:141).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan masalah</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternatif</li> <li>4. Pembelian</li> <li>5. purnabeli</li> </ol>	Ordinal

#### Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara garis besar tentang apa yang menjadi isi dari penulisan skripsi ini maka dikemukakan susunan dan rangkaian masing-masing bab, sebagai berikut:

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Bab ini berisikan uraian tentang UIN SUSKA Riau, Fakultas Syariah dan Hukum, dan uraian tentang Jurusan Ekonomi Islam.

**BAB III : TINJAUAN TEORITIS**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang merujuk kepada penelitian yang terdiri dari apa yang dimaksud dengan pengetahuan, apa yang dimaksud dengan halal, apa yang dimaksud dengan produk, apa yang dimaksud dengan produk kosmetik halal, apa yang dimaksud dengan keputusan membeli.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang deskriptif objek penelitian, analisa data dan pembahasannya.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini menguraikan tentang simpulan atas hasil pembahasan dan penelitian, dan saran yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum UIN SUSKA Riau

##### 1. Sejarah Ringkas UIN SUSKA Riau

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN Suska) Riau dalam bahasa Arab adalah *رياو ميئلحكوا الإسلامية قاسم شريف السلطان جامعة* dan dalam bahasa Inggris adalah State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau merupakan hasil pengembangan/ peningkatan status pendidikan dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru yang secara resmi dikukuhkan berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 2 Tahun 2005 tanggal 4 Januari 2005 tentang Perubahan IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru menjadi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan diresmikan pada 9 Februari 2005 oleh Presiden RI, Bapak Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono sebagai tindak lanjut perubahan status ini, Menteri Agama RI menetapkan Organisasi dan Tata kerja UIN Suska Riau berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tanggal 4 April 2005.

Institut Agama Islam Negeri Sulthan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru sebagai cikal bakal UIN Suska Riau, didirikan pada tanggal 19 September 1970 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 194 Tahun 1970. Institut ini diresmikan berdirinya oleh Menteri Agama Republik Indonesia K.H. Ahmad Dahlan pada tanggal 19

September 1970 berupa penandatanganan piagam dan pelantikan Rektor yang pertama, Prof. H. Ilyas Muhammad Ali.

IAIN Susqa ini pada mulanya berasal dari beberapa Fakultas dari Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta yang kemudian dinegerikan, yaitu Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Riau di Pekanbaru, Fakultas Syariah Universitas Islam Riau di Tembilahan, dan Fakultas Ushuluddin Masjid Agung An-Nur Pekanbaru.

Dengan persetujuan Pemerintah Daerah, maka Institut Agama Islam Negeri Pekanbaru ini diberi nama dengan Sulthan Syarif Qasim, yaitu nama Sulthan Kerajaan Siak Sri Indrapura ke-12 atau terakhir, yang juga nama pejuang nasional asal Riau. Pengambilan nama ini mengingat jasa-jasa dan pengabdian beliau terhadap negeri, termasuk di bidang pendidikan.

IAIN SUSQA Pekanbaru ini mengambil tempat kuliah pada mulanya di bekas sekolah Cina di Jl. Cempaka, sekarang bernama Jl. Teratai, kemudian dipindahkan ke masjid Agung An-Nur. Lalu pada tahun 1973, barulah IAIN SUSQA menempati kampus Jl. Pelajar (Jl. K.H. Ahmad Dahlan sekarang). Bangunan pertama seluas 840 m<sup>2</sup> yang terletak di atas tanah berukuran 3,65 Ha dibiayai sepenuhnya oleh Pemerintah Daerah dan diresmikan penggunaannya oleh Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Riau, Arifin Achmad, pada tanggal 19 Juni 1973.

Ketika didirikan, IAIN Susqa hanya terdiri atas tiga Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, dan Fakultas Ushuluddin. Namun

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sejak tahun 1998, IAIN Susqa mengembangkan diri dengan membuka Fakultas Dakwah. Fakultas ini didirikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 104 Tahun 1998 tanggal 24 Pebruari 1998. Fakultas ini pada mulanya berasal dari Jurusan Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin. Pada tahun 1997 telah berdiri pula Program Pascasarjana/PPs IAIN SUSQA Pekanbaru.

Keinginan untuk memperluas bidang kajian di IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru muncul melalui Seminar Cendikiawan Muslim (1985), Seminar Budaya Kerja dalam Perspektif Islam (1987), dan dialog ulama serta cendikiawan se-Propinsi Riau. Tiga tahun berturut-turut (1996, 1997, 1998) melahirkan rekomendasi: Agar IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru membuka program studi baru (umum). Melalui keputusan rapat senat IAIN Susqa tanggal 9 September 1998 yang menetapkan perubahan status IAIN Susqa menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, maka dilakukan persiapan secara bertahap. Mulai pada tahun akademik 1998/1999 telah dibuka beberapa program studi umum pada beberapa fakultas, seperti program studi Psikologi pada Fakultas Tarbiyah, program studi Manajemen dan Manajemen Perusahaan pada Fakultas Syari'ah, dan program studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah. Pada tahun akademik 1999/2000 IAIN Suska telah pula membuka Program Studi Teknik Informatika. Satu tahun kemudian, tepatnya tahun akademik 2000/2001, dibuka pula Program Studi Teknik Industri. Kedua program studi terakhir ini untuk sementara ditempatkan di bawah administrasi Fakultas Dakwah.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pada tahun akademik 2002/2003 program studi umum yang ada pada fakultas diatas dan ditambah beberapa program studi baru, ditingkatkan menjadi fakultas yang berdiri sendiri. Fakultas-fakultas tersebut adalah Fakultas Sains dan Teknologi dengan Jurusan/Program Studi Teknik Informatika, Teknik Industri, Sistem Informasi, dan Matematika; Fakultas Psikologi dengan Jurusan/Program Studi Psikologi; Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dengan Program Studi Manajemen, Akuntansi dan Manajemen Perusahaan Diploma III; dan Fakultas Peternakan dengan Program Studi Ilmu Ternak dengan konsentrasi Teknologi Produksi Ternak, Teknologi Hasil Ternak dan Teknologi Pakan dan Nutrisi.

Dengan demikian, pada tahun akademik 2002/2003, IAIN Susqa sebagai persiapan UIN Suska Riau telah mempunyai 8 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Peternakan.

Peningkatan status IAIN menjadi UIN dimaksudkan untuk menghasilkan sarjana muslim yang mampu menguasai, mengembangkan, dan menerapkan ilmu ke-Islaman, ilmu pengetahuan dan teknologi secara integral, sekaligus menghilangkan pandangan dikhotomi antara ilmu keislaman dan ilmu umum.

Pengembangan UIN Suska tidak hanya dilakukan pada bidang akademik semata, seperti melalui pembukaan fakultas-fakultas dan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

program-program studi baru, tapi juga diarahkan pada pengembangan di bidang fisik, sarana, dan prasarana. Dewasa ini UIN Suska telah mempunyai lahan kampus seluas 84,15 Ha yang terdiri atas 3,65 Ha di Jl. K.H. Ahmad Dahlan dan 80,50 Ha di Km. 15 Jl. Soebrantas Simpangbaru Panam Pekanbaru.

Lahan kampus di Km 15 Jl. H.R. Soebrantas tersebut dibebaskan pada tahun 1981/1982 mulanya seluas 60 Ha dan diperluas pada tahun 2003-2006 menjadi 80,50 Ha. Pada tahun 1995/1996 pembangunan fisik di lahan ini telah dimulai dan telah berhasil membangun gedung seluas 5.760 m<sup>2</sup> untuk 70 lokal ruang kuliah.

Sesuai dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau dan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 56 Tahun 2006 tentang Perubahan atas PMA RI No. 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau, maka UIN Suska Riau memiliki 8 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, dan Fakultas Pertanian dan Peternakan.

Sejak berdirinya IAIN Susqa sampai menjadi UIN Suska hingga sekarang ini telah beberapa kali mengalami pergantian pimpinan, sebagai berikut:

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel II.1: Tabel Periode Kepemimpinan UIN SUSKA**

No	Nama	Periode
1.	Prof. H. Ilyas Muh. Ali	1970 – 1975
2.	Drs. H. A. Moerad Oesman	1975 – 1979
3.	Drs. Soewarno Ahmady	1979 – 1987
4.	Drs. H. Yusuf Rahman, MA	1987 – 1996
5.	Prof. Dr. H. Amir Luthfi	1996 – 2000
6.	Prof. Dr. H. Amir Luthfi	2000 – 2005
7.	Prof. Dr. H. M. Nazir	2005 – 2010
8.	Prof. Dr. H. M. Nazir	2010 – 2014
9.	Prof. Dr. H. Munzir Hitami, MA	2014 – 2018

**2. Visi, Misi, Karakteristik, dan Tujuan UIN SUSKA Riau**

## a. Visi

“Visi UIN Suska Riau adalah terwujudnya Universitas Islam Negeri sebagai lembaga pendidikan tinggi pilihan utama pada tingkat dunia yang mengembangkan ajaran Islam, ilmu pengetahuan, teknologi dan/atau seni secara integral pada tahun 2023”.

## b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran untuk melahirkan sumber daya manusia yang berkualitas secara akademik dan profesional serta memiliki integritas pribadi sebagai sarjana muslim;
- 2) Menyelenggarakan penelitian dan pengkajian untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni dengan menggunakan paradigma Islami;



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan teknologi dan/atau seni dengan menggunakan paradigma Islami;
  - 4) Menyelenggarakan tatapamong perguruan tinggi yang otonom, akuntabel, dan transparan yang menjamin peningkatan kualitas berkelanjutan.
- c. Karakteristik
- 1) Pengembangan paradigma ilmu yang memberi penekanan pada rasa iman dan tauhid (*belief affection*).
  - 2) Pengembangan berbagai cabang ilmu pengetahuan dengan pendekatan religius sehingga nilai-nilai Islam menjadi roh bagi setiap cabang ilmu pengetahuan dengan penerapan prinsip Islam dalam Disiplin Ilmu (IDI) sebagai upaya riil mewujudkan integrasi ilmu dengan Islam.
  - 3) Penyelenggaraan beberapa disiplin ilmu untuk mencapai standar kompetensi ilmu-ilmu keislaman yang memperkuat domain akidah, ibadah, muamalah dan akhlak
  - 4) Pembinaan dan pengembangan lingkungan yang madani sesuai dengan nilai-nilai Islam melalui program Ma'had 'Al-jami'ah.
  - 5) Perwujudan keunggulan akademik dan profesionalisme yang didasarkan pada moral keagamaan dalam kehidupan kampus.
  - 6) Pengembangan studi Regional Islam Asia Tenggara dan Tamaddun Melayu sebagai pusat keunggulan (*center of excellence*)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## d. Tujuan

- 1) Menghasilkan lulusan yang berakhlak mulia dan menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan serta keunggulan akademik dan/atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan, menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni yang bernafaskan Islam;
- 2) Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu agama Islam, ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan martabat dan taraf kehidupan masyarakat serta memperkaya kebudayaan nasional;
- 3) Menghasilkan karya ilmiah dan karya kreatif yang unggul berkelas dunia;
- 4) Menghasilkan kinerja institusi yang efektif untuk menjamin pertumbuhan kualitas pelaksanaan tridharma perguruan tinggi yang berkelanjutan.

**3. Struktur Organisasi, Nama Jabatan Struktural Dan Non Struktural**

## a. Struktur Organisasi

Berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI No. 9 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tatakerja UIN Suska Riau serta Peraturan Menteri Agama RI No. 74 Tahun 2013 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama RI No. 9 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tatakerja UIN Suska Riau dan Peraturan Menteri Agama RI No. 23 Tahun 2014 tentang Statuta UIN Suska Riau, organisasi Universitas

terdiri dari Organ Pengelola, Organ Pertimbangan dan Organ Pengawas.

- 1) Organ Pengelola Universitas terdiri dari :
  - a) Rektor dan Wakil Rektor
  - b) Pimpinan Masing-Masing Fakultas
- 2) Pascasarjana
- 3) Biro
  - a) Biro Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan
  - b) Biro Administrasi Akademik, Kemahasiswaan dan Kerjasama
- 4) Lembaga
  - a) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
  - b) Lembaga Penjamin Mutu
- 5) Unit Pelaksana Teknis
  - a) Pusat Perpustakaan
  - b) Pusat Teknologi Informasi dan Pangkalan Data
  - c) Pusat Pengembangan Bahasa
  - d) Pusat Mah'ad Al-Jami'ah
  - e) Pusat Pengembangan Bisnis
  - f) Organ Pertimbangan Universitas terdiri dari :
    - Dewan Penyantun

Dewan Penyantun merupakan badan non struktural yang dari tokoh masyarakat yang mempunyai fungsi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan saran dan pertimbangan dibidang non akademik kepada Rektor

- Senat Universitas

Senat Universitas merupakan badan normatif dan perwakilan tertinggi Universitas yang mempunyai tugas memberikan saran dan pertimbangan dibidang akademik kepada Rektor.

- Senat Fakultas

Senat Fakultas merupakan badan normatif dan perwakilan ditingkat Fakultas yang mempunyai tugas memberikan saran dan pertimbangan dibidang akademik dan non akademik kepada Dekan

g) Organ Pengawasan Universitas terdiri dari :

- Satuan Pemeriksa Intern.

Satuan Pemeriksa Intern yang mempunyai tugas melaksanakan pengawasan, pengendalian, evaluasi dan audit dibidang keuangan dan kinerja Universitas

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **Bab 1. Gambaran Umum Fakultas Syariah Dan Hukum**

### **1. Sejarah Ringkas Fakultas Syariah dan Hukum**

Pembangunan Nasional pada hakekatnya adalah pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan seluruh masyarakat Indonesia. Masyarakat Riau Merupakan bagian dari rakyat Indonesia. Perkembangan dunia modern akhir abad ke-20 atau awal abad ke-21 yang

ditandai dengan kemajuan ini akan membawa perubahan pada kehidupan manusia, baik kehidupan politik, ekonomi maupun sosial budaya.

## 2. Visi, Misi dan Tujuan

### a. Visi

Mewujudkan Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum sebagai lembaga Pendidikan Tinggi Terkemuka di tingkat Dunia dalam bidang hukum dan pranata sosial yang terintegrasi pada tahun 2018

### b. Misi

a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran untuk melahirkan Sumber Daya Manusia yang berkualitas secara akademik dan profesional dalam bidang hukum dan pranata sosial serta memiliki integritas pribadi sebagai sarjana muslim.

b) Menyelenggarakan penelitian dan pengkajian untuk mengembangkan ilmu pengetahuan bidang hukum dan pranata sosial dengan menggunakan paradigma Islami.

c) Menyelenggarakan pengabdian pada masyarakat dengan memanfaatkan pengetahuan tentang hukum dan pranata sosial berdasarkan paradigma islami.

d) Menyelenggarakan tatapamong perguruan yang otonom, akuntabel dan transparan yang menjamin peningkatan kualitas yang berkelanjutan.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**3. Tujuan**

- a. Menghasilkan sarjana syariah yang ahli dan profesional dalam bidang hukum dan pranata sosial
- b. Menghasilkan pemikiran dan karya ilmiah hasil penelitian, pengkajian dan pengabdian pada masyarakat yang dapat dijadikan referensi dalam bidang hukum dan pranata sosial
- c. Menghasilkan kinerja instansi yang efektif untuk menjamin pertumbuhan kualitas pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi yang berkelanjutan.

**C. Gambaran Umum Prodi Ekonomi Syariah**

Perkembangan ilmu Ekonomi Syariah yang pesat di Indonesia menuntut Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau untuk membuka jurusan baru, pada tahun 2002-2003 dibukalah jurusan Ekonomi Syariah yang dulunya diberi nama Ekonomi Islam dengan SK Menteri Agama RI No. Ei/16/1998.

**1. Visi, Misi dan Tujuan Prodi Ekonomi Syariah****a. Visi**

Mewujudkan program studi Ekonomi Syari'ah sebagai program studi unggulan dalam melahirkan sarjana yang professional di bidang ekonomi syariah di dunia pada tahun 2018.

**b. Misi**

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pengajaran dalam rangka melahirkan sumber daya manusia dalam ilmu ekonomi syariah yang berkualitas.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Melaksanakan penelitian dan pengkajian untuk mengembangkan ilmu ekonomi dan keuangan syariah yang relevan dengan pembangunan nasional
- 3) Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat secara integral dalam bidang ekonomi dengan paradigma Syari'ah.
- 4) Menyiapkan sumber daya manusia untuk menunjang Tridharma Perguruan Tinggi

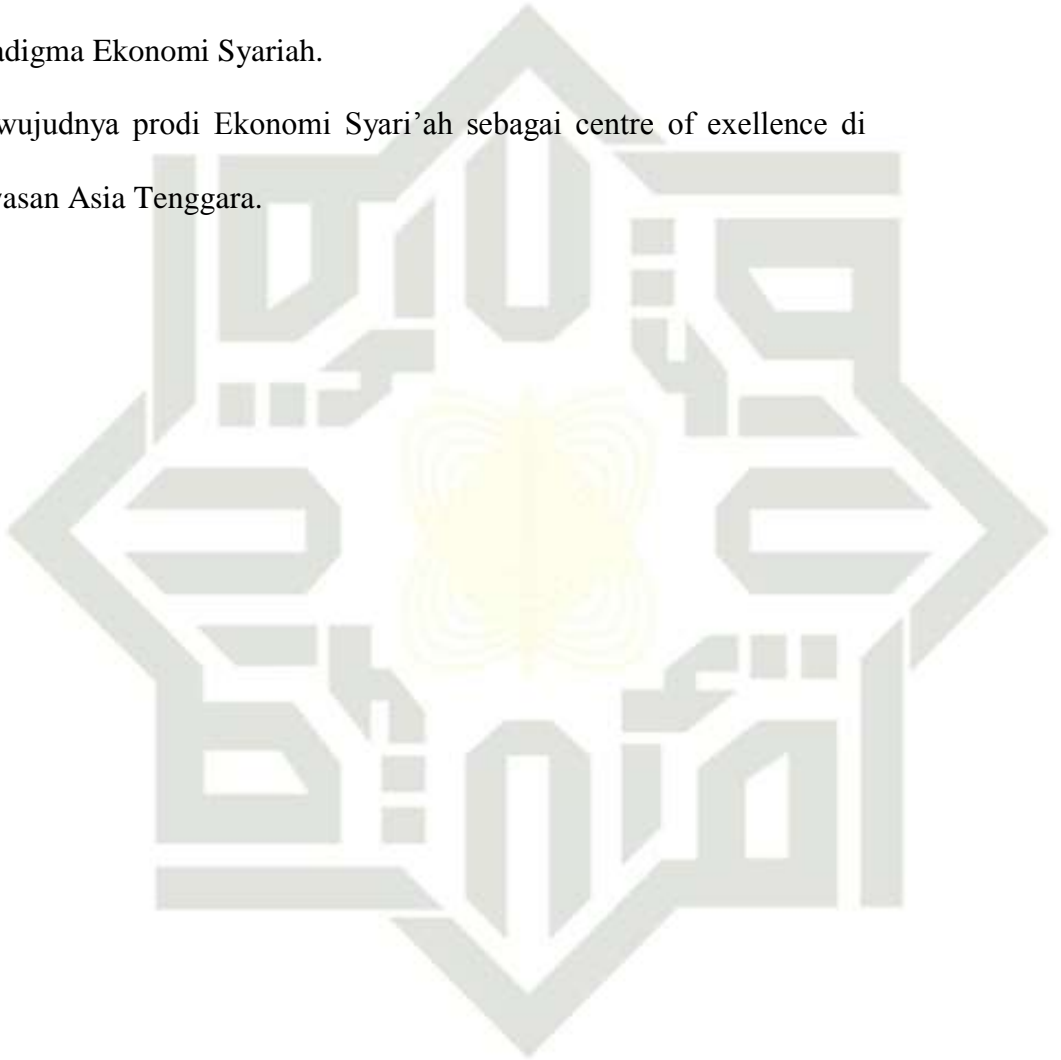
#### c. Tujuan

- 1) Terlaksananya sistem pendidikan dan pengajaran yang mampu mengintegrasikan ilmu ekonomi dalam paradigma Syari'ah.
- 2) Terlaksananya penelitian dan kajian di bidang ekonomi dan keuangan syariah yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan nasional.
- 3) Terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat untuk mewujudkan masyarakat yang madani dalam kerangka ekonomi syariah.
- 4) Terlaksananya program Tridharma Perguruan Tinggi untuk meningkatkan daya saing prodi Ekonomi Syari'ah.

#### 2. Sasaran dan Strategi Pencapaiannya

- a. Terwujudnya Sarjana Ekonomi Syariah yang memiliki ilmu pengetahuan tentang ekonomi Syari'ah, *soft skill* dan *live skill* yang memenuhi standar kebutuhan lapangan kerja di bidang lembaga keuangan syariah.

- b. Terwujudnya berbagai karya tulis yang dikembangkan dosen maupun mahasiswa Prodi Ekonomi Syari'ah yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan nasional.
- c. Terwujudnya masyarakat yang makmur dan sejahtera dengan paradigma Ekonomi Syariah.
- d. Terwujudnya prodi Ekonomi Syari'ah sebagai centre of excellence di kawasan Asia Tenggara.



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pengetahuan**

##### **1. Pengertian Pengetahuan**

Pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan didalam ingatan. Sedangkan pengetahuan konsumen didefinisikan sebagai himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen didalam pasar.

Sedangkan pengetahuan konsumen menurut Sumarwan adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.<sup>24</sup>

Mowen dan Minor mendefinisikan pengetahuan konsumen sebagai suatu jumlah pengalaman dan informasi yang seseorang ketahui tentang barang atau jasa tertentu. Pengetahuan produk terbagi menjadi tiga jenis menurut ahli yang membaginya.<sup>25</sup>

Pengetahuan konsumen juga memberikan dampak dalam keputusan masyarakat untuk memilih suatu model jasa atau produk tertentu dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan yang ada. Setiap orang yang berada di satu komunitas pasti mempunyai pengetahuan

---

<sup>24</sup> Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2012), h.147

<sup>25</sup> Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.107

yang berbeda mengenai setiap model jasa atau produk yang tersedia, beserta dengan perusahaan yang mengeluarkan jasa atau produk tersebut.

## **B. Pengetahuan Produk**

Pengetahuan produk menurut Sumarwan adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Pengetahuan produk akan menjadi sumber bagi konsumen untuk terciptanya rasa percaya pada produk, dengan adanya pengetahuan tentang produk konsumen akan mengetahui dan percaya bahwa produk yang dikonsumsi bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan sehingga konsumen yang memiliki pengetahuan tentang produk tersebut akan melakukan keputusan pembelian ulang.<sup>26</sup>

Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian bahkan pembelian ulang. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, lebih efisien, lebih tepat dalam mengolah informasi dan mampu mengingat kembali informasi dengan lebih baik.<sup>27</sup>

Engel et al dalam Sumarwan, membagi pengetahuan konsumen menjadi tiga jenis yaitu:

<sup>26</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta;Penerbit Ghalia Indonesia,2003), h.122

<sup>27</sup> *ibid*,h.119

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 1. Pengetahuan produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.

Peter & Olson (Yuniarti, 2015) menyatakan bahwa konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk yang berbeda-beda. Peter & Olson juga membagi tiga jenis pengetahuan produk antara lain:<sup>28</sup>

#### a. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk

Atribut suatu produk dibagi menjadi atribut fisik dan atribut abstrak. menggambarkan ciri-ciri fisik suatu produk, misalnya ukuran dari telepon genggam. Sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif dari suatu produk berdasarkan persepsi konsumen.

Kotler dan Armstrong menyatakan atribut produk yaitu pengembangan produk yang melibatkan penentuan manfaat.<sup>29</sup> Tjiptono mengatakan bahwa atribut produk adalah unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian yang diberikan.<sup>30</sup>

<sup>28</sup> Yuniarti, Vinna Sri, *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*, ( Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h.131

<sup>29</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 2* (Jakarta:PT. Indeks,2004).h.347

<sup>30</sup> Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran, Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Andi Offset,2001).h.103

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan menurut Simamora mendefinisikan bahwa: atribut produk adalah segala sesuatu yang melekat pada produk dan menjadi bagian dari produk itu sendiri dan faktor-faktor yang berkaitan dengan atribut produk adalah kualitas, fitur dan desain.<sup>31</sup>

#### b. Pengetahuan tentang manfaat produk

Konsumen akan merasakan dua jenis manfaat setelah mengkonsumsi suatu produk yaitu manfaat fungsional (manfaat yang dirasakan konsumen secara psikologis) dan manfaat psikososial (yang menyangkut aspek psikologis seperti perasaan, emosi, dan suasana hati).

#### c. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen

Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh suatu produk juga tentu akan mempengaruhi keputusan pembelian.

#### 2. Pengetahuan pembelian

Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang toko, lokasi produk di dalam toko tersebut, dan penempatan produk di dalam toko. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya.

#### 3. Pengetahuan pemakaian

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan. Agar produk tersebut memberikan manfaat maksimal, maka konsumen harus mampu

<sup>31</sup> Bilson, Simamora, *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007).h.67

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan produk tersebut dengan benar. Kesalahan dalam penggunaan akan menyebabkan produk tidak berfungsi dengan baik. Oleh karena itu, produsen berkewajiban memberikan informasi yang cukup karena pengetahuan pemakaian sangat penting bagi konsumen.

**Produk Kosmetik Halal****1. Pengertian Kosmetik**

Kosmetik menurut kamus besar bahasa Indonesia berarti alat-alat kecantikan seperti bedak, krem, lotion, dan lain-lain untuk memperlindah wajah, kulit dan sebagainya. Istilah kosmetika berasal dari bahasa Yunani yaitu “kosmein” yang berarti “berhias”. Kosmetika digunakan secara luas baik untuk kecantikan maupun untuk kesehatan.

Sehat dalam arti luas adalah keadaan sejahtera fisik, mental dan sosial. Penampilan kulit sehat dapat dilihat dari struktur fisik kulit berupa warna, kelenturan, tebal dan tekstur kulit. Berbagai faktor yang mempengaruhi penampilan kulit sehat, misalnya umur, ras, iklim, sinar matahari serta kehamilan.

Kosmetik berguna untuk memperbaiki kesehatan, kebersihan dan penampilan fisik manusia dan melindungi bagian tubuh dari kerusakan yang disebabkan oleh lingkungan. Kosmetik termasuk dalam sediaan farmasi, maka pembuatannya harus mengikuti persyaratan, keamanan, dan pemanfaatan sesuai Undang-Undang kesehatan serta peraturan pelaksanaannya.<sup>32</sup>

<sup>32</sup> Umi Kulsum, *Bahaya Kosmetik Bagi Kesehatan*, (Malang:2015), h.2

Penggunaan kosmetik harus diperhatikan, kesalahan dalam memilih kosmetik dapat menyebabkan berbagai macam masalah. Efek penggunaan kosmetik yang salah atau palsu dapat menimbulkan berbagai hal, mulai dari perubahan warna kulit yang pada akhirnya dapat menyebabkan bintik-bintik hitam pada kulit, perubahan warna kulit, alergi, iritasi kulit, kulit kemerah-merahan, rasa pedih dan terbakar.

Lebih dari itu dapat juga menimbulkan gangguan system saraf, seperti insomnia, kepikunan, gangguan penglihatan, gerakan tangan abnormal, gangguan emosi, gagal ginjal, batu ginjal, kerusakan permanen otak, dan kerusakan paru paru serta merupakan zat karsinogenik (dapat menyebabkan kanker) pada manusia.<sup>33</sup>

Dalam World Halal Food Council di Kuala Lumpur Auditorium dan staf ahli LPPOM MUI mengungkapkan bahan-bahan yang merupakan titik kritis kehalalan dalam kosmetik, diantaranya:<sup>34</sup>

- a. Lemak dan turunannya (gliserin, stearic, dan *acid*) yang biasanya sebagai bahan pembuatan lipstick, sabun, krim dan lotion yang berasal dari hewan.
- b. Kolagen dan Elastin berguna untuk menjaga kelenturan kulit. Zat ini sering digunakan sebagai produk pelembab. Zat ini merupakan jaringan yang berasal dari hewan.

<sup>33</sup> *Ibid*, h. 4

<sup>34</sup> Lili Sukmawati, *Analisis Pengaruh Label Halal terhadap Brand Switching*, (Skripsi Program Manajemen Institut Pertanian Bogor (IPB), Bogor, 2006), h.15

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Ekstrak Placenta dan amnion (cairan ketuban). Biasanya digunakan untuk peremajaan kulit dan biasanya diperoleh dari hewan, serta beberapa zat lain yang dapat berasal dari hewan yang diharamkan.

Di dalam memilih kosmetik yang baik dalam hal ini cocok dengan pemakai, mempunyai ciri-ciri khusus, yaitu harus memiliki keamanan yang cukup yaitu tidak menggunakan bahan terlarang, disamping itu kosmetik harus memiliki mutu dengan produksi yang baik dan hanya menggunakan bahan dengan spesifikasi yang sesuai dengan kosmetik. Misalnya tabir surya, dan menggunakan bahan alami dalam pembuatan kosmetik, kini banyak produk kosmetik yang menggunakan ekstrak mulberry, bengkoang, jeruk limun, arbutin, vitamin C atau AHA (Asam Alfa Hihroks), Hidroquinon.<sup>35</sup>

## 2. Produk Halal

Dalam pengertian luas, produk adalah segala barang dan jasa yang dihasilkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat.<sup>36</sup> Produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai syariat Islam. Produk itu tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi, serta tidak menggunakan alkohol sebagai ingredient yang sengaja ditambahkan.<sup>37</sup>

<sup>35</sup> Umi Kulsum, *Op.Cit*, h. 5

<sup>36</sup> Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 1 no 1

<sup>37</sup> Artina Burhan, *Strategi Penyuluhan Produk Halal Bagi Peserta Diklat Pembina Produk Halal*, (Jakarta:2017) h. 8.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Istilah halal dalam Alquran berarti yang dibolehkan. Dalam praktik kaum muslim, kata ini umumnya dapat menunjuk ke segala sesuatu yang layak dan karena itu boleh dilakukan

Adapun dalam pengertian lain produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Syarat -syarat produk halal menurut syari'at Islam antara lain adalah sebagai berikut :<sup>38</sup>

- a. Halal zatnya artinya halal dari hukum asalnya.
- b. Halal cara memperolehnya artinya cara memperolehnya sesuai dengan syari'at Islam misalkan tidak dengan mencuri.
- c. Halal dalam memprosesnya.
- d. Halal dalam penyimpanannya, tempat penyimpanannya tidak mengandung barang yang diharamkan seperti babi (binatang yang diharamkan oleh Allah).
- e. Halal dalam pengangkutannya.
- f. Halal dalam penyajiannya artinya dalam penyajian tidak mengandung barang yang diharamkan menurut syari'at Islam.

Produk kosmetik memang tidak dimakan dan masuk ke dalam tubuh. Oleh karena itu kosmetik biasanya dikaitkan dengan masalah suci atau najis. Produk tersebut bisa dikatakan haram jika produk kosmetik tersebut mengandung bahan bahan najis.

Produk kosmetik halal atau haram memiliki perbedaan dalam hal kandungan, adapun beberapa unsur yang tidak boleh terkandung

<sup>38</sup> Nurlaili, Evi Ekawati, Any Eliza, *Program Sosialisasi Label Halal/Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Siap Saji*, (Lampung: LP2 M Raden Intan Lampung, 2014) h.18



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam produk kosmetik diantaranya unsur hewan najis seperti babi, hewan paas, bangkai, unsur tubuh manusia, darah, khamar, dan hewan halal seperti sapi yang disembelih secara tidak syar'i selain itu seperti turunan hewan (kolagen) atau pun bagian dari tubuh manusia, misalnya plasenta.<sup>39</sup>

Dalam sebuah hadits dijelaskan, Rasulullah Saw bersabda :

عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ التُّعْمَانِيِّ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ، وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ، وَبَيْنَهُمَا مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ، اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ

Artinya :“ Yang halal itu sudah jelas, dan yang haram pun sudah jelas, dan diantara kedua hal tersebut terdapat yang musytabihat (syubhat, samarsamar, tidak jelas halal haramnya), kebanyakan manusia tidak menget ahui hukumnya. Barang siapa yang berhati-hati dari perkara syubhat, sebenarnya ia telah menyelematkan agama dan harga dirinya. Dan barangsiapa yang terjerumus ke dalam syubhat, ia pun terjerumus ke dalam (hal-hal yang) haram.”<sup>40</sup>

Dalam hadits di atas jelas bahwa nabi Muhammad SAW, mengajarkan kepada kaumnya untuk menghindari perkara subhat. Perkara subhat adalah perkara yang tidak jelas halal-haramnya. Bagi umat Islam sangat dianjurkan untuk menjauhi perkara subhat.

## D. Keputusan Pembelian

### 1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membeli produk baik itu berupa jasa ataupun berupa barang. Menurut

<sup>39</sup> Wahyu Budi Utami, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli*, (Skripsi Program Ilmu Komunikasi UI N Sunan Kalijaga, (Yogyakarta, 2013) h. 20

<sup>40</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Ringkasan Shahih Muslim*, (Jakarta,;Pustaka As-Sunnah, 2009), h .623

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kotler dan Armstrong (2014) *Customer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumers-individuals and households that buy goods and services for personal consumption.*<sup>41</sup> Sedangkan menurut Peter-Olson (Mulyadi, Nitisusastro, 2012) keputusan pembelian merupakan “proses interaksi antara sikap afektif, sikap kognitif, sikap behavioral dengan faktor lingkungan dengan mana manusia melakukan pertukaran dalam semua aspek kehidupannya. Sikap kognitif merefleksikan sikap sikap pemahaman, sikap afektif merefleksikan sikap keyakinan dan sikap behavioral merefleksikan sikap tindakan nyata.

Keputusan membeli atau tidak membeli merupakan bagian dari unsur yang melekat pada setiap individu yang disebut behavior, dimana ia merujuk pada tindakan fisik yang nyata yang dapat dilihat dan dapat diukur oleh orang lain. Keputusan pembelian menurut para ahli di atas sampai pada pemahaman penulis bahwa keputusan pembelian merupakan tindakan membeli ataupun tidak membeli dari suatu pilihan yang terdiri dari dua atau lebih pilihan alternatif dan memilih salah satu diantaranya.<sup>42</sup>

Menurut Kotler (2005), terdapat empat jenis perilaku pembelian konsumen berdasarkan tingkat keterlibatan pembeli dan tingkat perbedaan antara merek, diuraikan sebagai berikut.<sup>43</sup>

<sup>41</sup> Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*, (Jakarta : Erlangga, 2014), h.158

<sup>42</sup> Nitisusastro, Mulyadi, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung : Alfabeta, 2012), h. 195

<sup>43</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2* (. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005), h.221

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Perilaku pembelian yang rumit (*Complex Buying Behaviour*)

Perilaku membeli yang rumit membutuhkan keterlibatan yang tinggi dalam pembelian dengan berusaha menyadari perbedaan-perbedaan jelas diantara merek-merek yang ada. Perilaku membeli ini terjadi pada waktu membeli produk-produk yang mahal, tidak sering dibeli, berisiko, dan dapat mencerminkan diri pembelinya, seperti mobil, jam tangan, pakaian, dan lain-lain.

Biasanya konsumen tidak tahu terlalu banyak tentang kategori produk dan harus berusaha untuk mengetahuinya. Sehingga pemasar harus menyusun strategi untuk memberikan informasi kepada konsumen, tentang atribut produk, kepentingannya, tentang merek perusahaan, dan atribut penting lainnya.

b. Perilaku pembelian pengurang ketidaknyamanan (*Dissonance Reducing Buying Behaviour*).

Perilaku membeli semacam ini mempunyai keterlibatan yang tinggi dan konsumen menyadari hanya terdapat sedikit perbedaan diantara berbagai merek. Perilaku membeli ini terjadi untuk pembelian produk yang harganya mahal, tidak sering dibeli, berisiko, dan membeli secara relatif cepat karena perbedaan merek tidak terlihat, seperti karpet, keramik, dan lain-lain.

c. Perilaku pembelian karena kebiasaan (*Habitual Buying Behaviour*)

Konsumen membeli suatu produk berdasarkan kebiasaan, bukan berdasarkan kesetiaan terhadap suatu merek. Konsumen

memilih produk secara berulang bukan karena merek produk, tetapi karena mereka sudah mengenal produk tersebut. Setelah membeli, mereka tidak mengevaluasi kembali mengapa mereka membeli produk tersebut karena mereka tidak terlibat dengan produk.

- d. Perilaku pembelian yang mencari variasi (*Variety Seeking Buying Behaviour*)

Perilaku ini mempunyai keterlibatan yang rendah, namun masih terdapat perbedaan merek yang jelas. Konsumen berperilaku dengan tujuan mencari keragaman dan bukan kepuasan. Jadi merek dalam perilaku ini bukan merupakan suatu yang mutlak. Perilaku seperti ini biasanya terjadi pada produk-produk yang sering dibeli, harga dan konsumen sering mencoba merek-merek baru.

## 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli

Menurut Kotler, perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, diantaranya sebagai berikut:<sup>44</sup>

- a. Faktor budaya

Budaya, sub budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Anak-anak yang sedang tumbuh akan mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku

<sup>44</sup> Kotler, dan Keller, *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h.135

dari keluarga dan lembaga lembaga penting lainnya. Contohnya pada anak-anak yang dibesarkan di Amerika Serikat sangat terpengaruh dengan nilai-nilai sebagai berikut: prestasi, aktivitas, efisiensi, kemajuan, kenikmatan materi, individualisme, kebebasan, humanisme, dan berjiwa muda.

Masing-masing subbudaya terdiri dari sejumlah sub-budaya yang lebih menampakkan identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya seperti kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan wilayah geografis. Pada dasarnya dalam sebuah tatanan kehidupan dalam bermasyarakat terdapat sebuah tingkatan (strata) sosial. Kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan, perilaku dalam berbusana, cara bicara, rekreasi dan lainlainnya.

#### b. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial diantaranya sebagai berikut:

- Kelompok acuan

Kelompok acuan dalam perilaku pembelian konsumen dapat diartikan sebagai kelompok yang yang dapat memberikan pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut.

Kelompok ini biasanya disebut dengan kelompok keanggotaan, yaitu sebuah kelompok yang dapat memberikan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengaruh secara langsung terhadap seseorang. Adapun anggota kelompok ini biasanya merupakan anggota dari kelompok primer seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja yang berinteraksi dengan secara langsung dan terus menerus dalam keadaan yang informal.

Tidak hanya kelompok primer, kelompok sekunder yang biasanya terdiri dari kelompok keagamaan, profesi dan asosiasi perdagangan juga dapat disebut sebagai kelompok keanggotaan.

- Keluarga

Dalam sebuah organisasi pembelian konsumen, keluarga dibedakan menjadi dua bagian. Pertama keluarga yang dikenal dengan istilah keluarga orientas. Keluarga jenis ini terdiri dari orang tua dan saudara kandung seseorang yang dapat memberikan orientasi agam, politik dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri dan cinta.

Kedua, keluarga yang terdiri dari pasangan dan jumlah anak yang dimiliki seseorang. Keluarga jenis ini biasa dikenal dengan keluarga prokreasi. Peran dan status Hal selanjutnya yang dapat menjadi faktor sosial yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian seseorang adalah peran dan status mereka di dalam masyarakat.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Semakin tinggi peran seseorang didalam sebuah organisasi maka akan semakin tinggi pula status mereka dalam organisasi tersebut dan secara langsung dapat berdampak pada perilaku pembeliannya.

Contoh seorang direktur di sebuah perusahaan tentunya memiliki status yang lebih tinggi dibandingkan dengan seorang supervisor, begitu pula dalam perilaku pembeliannya. Tentunya, seorang direktur perusahaan akan melakukan pembelian terhadap merek-merek yang berharga lebih mahal dibandingkan dengan merek lainnya.

- Pribadi

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi diantaranya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep-diri pembeli

- Psikologis

Terakhir, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor psikologis. Faktor ini dipengaruhi oleh beberapa faktor utama diantaranya sebagai berikut:

- a) Motivasi

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu-waktu tertentu. Beberapa dari kebutuhan tersebut ada yang

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, dan rasa ketidaknyamanan. Sedangkan beberapa kebutuhan yang lainnya dapat bersifat psikogenesis; yaitu kebutuhan yang berasal dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa keanggotaan kelompok.

Ketika seseorang mengamati sebuah merek, ia akan bereaksi tidak hanya pada kemampuan nyata yang terlihat pada merek tersebut, melainkan juga melihat petunjuk lain yang samar seperti wujud, ukuran, berat, bahan, warna dan nama merek tersebut yang memacu arah pemikiran dan emosi tertentu.

b) Persepsi

Seseorang yang termotivasi siap untuk segera melakukan tindakan. Bagaimana tindakan seseorang yang termotivasi akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi dapat diartikan sebagai sebuah proses yang digunakan individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan sebuah gambaran.

c) Pembelajaran

Pembelajaran atau pengetahuan merupakan perubahan dalam proses berpikir seseorang dari adanya pengalaman

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



sebelumnya. Pengetahuan biasanya sering didasarkan pada pengetahuan langsung dan pengetahuan tidak langsung.

Para pemasar sangat tertarik untuk mengerti dan memahami pengetahuan konsumen. Informasi yang dipegang oleh konsumen tentang produk/jasa akan sangat mempengaruhi pola pembelian mereka.

d) Keyakinan dan sikap

Melalui pelaksanaan dan pembelajaran, seseorang mendapatkan keyakinan dan sikap. Pada akhirnya, keyakinan dan sikap ini mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Keyakinan (*belief*) adalah pemikiran deskriptif yang memiliki seseorang tentang sesuatu.

Keyakinan bisa didasarkan pada pengetahuan nyata, pendapat, atau iman dan bisa membawa muatan emosi maupun tidak. Orang mempunyai sikap menyangkut agama, politik, pakaian, music, makanan, dan hampir semua hal lainnya.

Sikap (*attitude*) menggambarkan evaluasi, perasaan, dan tendensi yang relative konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Sikap menempatkan orang ke dalam suatu kerangka pikiran untuk menyukai atau tidak menyukai sesuatu, untuk bergerak menuju atau meninggalkan sesuatu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Kaller (2012) proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap:<sup>45</sup>

a. Pengenalan kebutuhan

Pengenalan kebutuhan merupakan tahap pertama proses keputusan pembelian dimana konsumen mengenali permasalahan atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dan sejumlah keadaan yang diinginkan. Kebutuhan itu dapat dipicu oleh stimulan internal ketika salah satu kebutuhan normal lapar, haus, seks naik ke tingkat yang cukup tinggi sehingga menjadi pendorong. Selain itu pula kebutuhan juga dipicu oleh rangsangan eksternal.

b. Pencarian informasi

Pencarian informasi merupakan tahap proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen tergerak untuk mencari informasi tambahan, konsumen mungkin sekedar meningkatkan perhatian atau mungkin pula mencari informasi secara aktif. Konsumen dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber. Sumber itu meliputi:<sup>46</sup>

- a) Sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, rekan kerja)
- b) Sumber komersial (iklan, penjualan, pengecer, bungkus, situs Web, dll)

<sup>45</sup> Kotler, dan Keller, *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*, (Jakarta: Erlangga,2012), h.166

<sup>46</sup>ibid,h.225

- c) Sumber publik (media masa, organisasi pemberi peringkat)
- d) Sumber berdasarkan pengalaman (memegang, meneliti, menggunakan produk)

c. Pengevaluasian alternatif

Pengevaluasian alternatif merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi berbagai merek alternatif di dalam serangkaian pilihan. Cara konsumen memulai usaha mengevaluasi alternatif pembelian tergantung pada konsumen individual dan situasi pembelian tertentu. Dalam beberapa kasus, konsumen menggunakan kalkulasi yang cermat dan pikiran yang logis.

Dalam waktu yang lain, konsumen bersangkutan mengerjakan sedikit atau tidak mengerjakan evaluasi sama sekali; melainkan mereka membeli secara impulsif atau bergantung pada intuisi.

d. Pembelian

Pembelian merupakan tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Secara umum, keputusan pembelian konsumen akan membeli merek yang paling disukai, tetapi ada dua faktor yang muncul diantara kecenderungan pembelian dan keputusan pembelian.

Faktor pertama adalah sikap orang lain, karena konsumen mungkin membentuk kecenderungan pada pembelian berdasar pada pendapat yang diharapkan. Faktor kedua adalah faktor situasi yang tak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terduga, karena keadaan tak terduga dapat mengubah kecenderungan pembelian.

e. Perilaku setelah pembelian

Perilaku setelah pembelian merupakan tahap proses keputusan pembeli konsumen melakukan tindakan lebih lanjut setelah pembelian berdasarkan pada kepuasan atau ketidakpuasan mereka. Menurut Kotler dan Armstrong (2004) yang menentukan puas tidak puasanya pembelian terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan kinerja produk yang dirasakan.<sup>47</sup>

Jika produk jauh di bawah harapan konsumen, maka konsumen kecewa, jika produk memenuhi harapannya, konsumen terpuaskan jika melebihi harapannya, maka konsumen akan sangat senang.

#### 4. Peran Keputusan Pembelian

Pembelian suatu produk merupakan suatu proses dari seluruh tahapan dalam proses pembelian konsumen. Keputusan konsumen ditentukan berdasarkan persepsi konsumen tentang produk tersebut. Menurut Kotler dalam Tjiptono (2008:20), terdapat 5 peranan dalam pembelian, yakni:<sup>48</sup>

- a. Pemrakarsa (initiator): orang yang pertama kali menyadari adanya keinginan atau kebutuhan yang belum terpenuhi dan mengusulkan ide untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu.

<sup>47</sup> Ibid, h.228

<sup>48</sup> Kotler, Philip dan Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi 14 Jilid 1 dan 2*, terjemahan Bob Sabran, (, Jakarta : Erlangga, 2016), h.216

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Pemberi pengaruh (influencer): orang yang pandangan, nasehat, atau pendapatnya mempengaruhi keputusan pembelian.
- c. Pengambil keputusan (decider): orang yang menentukan keputusan pembelian, misalnya apakah jadi membeli? apa yang dibeli? Bagaimana cara membeli? atau dimana membelinya?
- d. Pembeli (buyer): orang yang melakukan pembelian faktual.
- e. Pemakai (user): orang yang mengkonsumsi atau menggunakan barang atau jasa yang di beli.

**E. Penelitian terdahulu**

Penelitian ini pernah dilakukan oleh Aris S. Prima Sandi, dkk. Dalam jurnal Universitas Muhammadiyah Malang yang berjudul: Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Konsumen pada Produk Minuman Berenergi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi dan korelasi label halal terhadap keputusan pembelian pada produk minuman berenergi. Dalam penelitian ini Sandi, dkk, membahas tentang perhatian, pemahaman dan ingatan dengan menggunakan uji regresi linier berganda dihubungkan dengan produk minuman berenergi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhatian, pemahaman, dan ingatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan diantara variable bebas tersebut hanya variable pemahaman saja yang tidak parsial terhadap variable dependen.

Tingkat hubungan atau korelasi dari antar variable perhatian pemahaman, ingatan dan variable keputusan pembelian kuat dilihat dari R square ( $R^2$ ) perhitungan regresi sebesar 0.891 atau 89.1%.

Persamaan dari penelitian ini adalah penelitian ini sama-sama menggunakan label halal pada suatu produk. Penelitian sebelumnya dengan menekankan pada label halal sedangkan penelitian ini pengetahuan halal produk dalam mempengaruhi konsumen. Penelitian terdahulu menggunakan konsumen minuman berenergi, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan konsumen produk kosmetik.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah penulis lakukan sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan dari apa yang telah penulis uraikan serta saran kepada mahasiswa fakultas Syari'ah dan Hukum terkhususnya pada jurusan Ekonomi Islam angkata 2013. Kesimpulan dan saran ini diharapkan dapat membantu permasalahan tentang pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan membeli.

Adapun kesimpulan dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Dari hasil pengujian yang telah penulis lakukan. Hipotesis yang diterima adalah: Pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli. (Ha)
2. Menurut perspektif Ekonomi Islam, pengaruh pengetahuan produk kosmetik halal terhadap keputusan membeli kosmetik mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau sudah sesuai dengan syariah Islam karena tidak keluar dari konsep Konsumsi dalam Ekonomi Islam.

#### **B. Saran**

Berdasarkan pada kesimpulan-kesimpulan yang diambil terkait dengan penelitian ini, maka penulis menyampaikan saran yang kiranya dapat dilakukan dan bermanfaat bagi kemajuan mahasiswa yaitu:

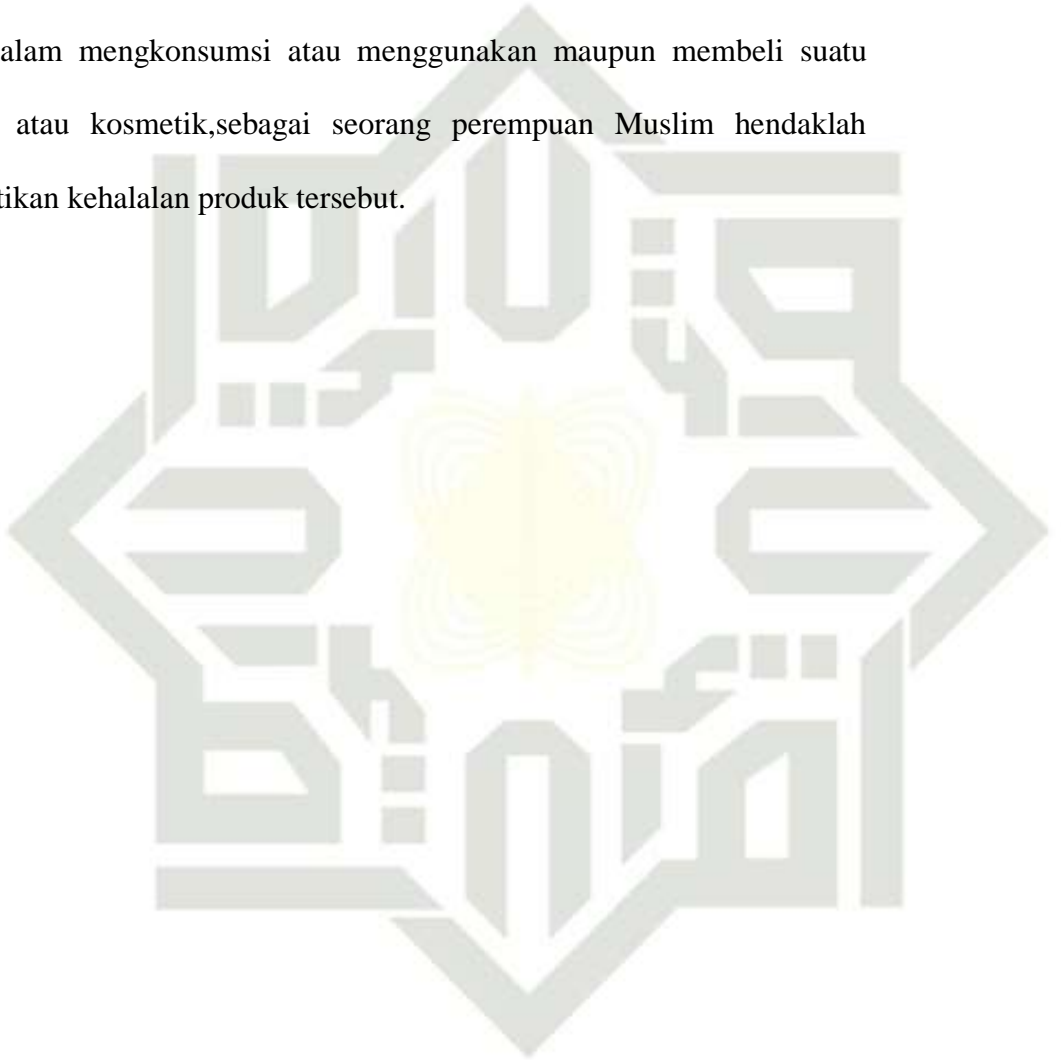
1. Dengan diketahuinya bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap keputusan membeli kosmetik bagi mahasiswi, maka dengan demikian variabel Pengetahuan Produk tersebut dapat dikembangkan dan ditingkatkan dengan sebaik mungkin oleh pihak mahasiswa.
2. Agar dalam mengkonsumsi atau menggunakan maupun membeli suatu produk atau kosmetik, sebagai seorang perempuan Muslim hendaklah memastikan kehalalan produk tersebut.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Syahputra, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol.2 No.8. Mei,2015
- Bilson, Simamora, *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,2007
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2011
- Burhan, Artina, *Strategi Penyuluhan Produk Halal Bagi Peserta Diklat Pembina Produk Halal*, Jakarta:2017
- Hasan, Iqbal, *Pokok-Pokok Materi Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005
- Iranita *Pengaruh Labelisasi Halal Produk Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji*. Jurnal Penelitian,20013
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 2* Jakarta; PT. Indeks, 2004
- \_\_\_\_\_, Gary, *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*, (Jakarta : Erlangga, 2014)
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005
- Kotler, Philip dan Keller, *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*, Jakarta: Erlangga, 2012
- \_\_\_\_\_, *Manajemen Pemasaran, Edisi 14 Jilid 1 dan 2, terjemahan Bob Sabran*, Jakarta : Erlangga,2012,
- Lin, N & Lin, B. *The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. Journal of International Management Studies*, 2007
- Lili Sukmawati, *Analisis Pengaruh Label Halal terhadap Brand Switching*, Skripsi Program Manajemen Institut Pertanian Bogor IPB, Bogor, 2006
- PPOM MUI, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal*. Buku panduan MUI edisi IV, 2005

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Ringkasan Shahih Muslim*, Jakarta,;Pustaka As-Sunnah, 2009

Moh Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2013

Nitisusastro, Mulyadi , *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung : Alfabeta, 2012

Nurlaili, Evi Ekawati, Any Eliza, *Program Sosialisasi Label Halal/Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Siap Saji*, Lampung: LP2 M Raden Intan Lampung, 2014

Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorinetsi Pelanggan*, Bandung:Alfabeta,2014

Sudaryono, *Teori Dan Aplikasi Dalam Statistik*. Yogyakarta: Andi, 2014

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2011

\_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2011

Sukmawati, Lili, *Analisis Pengaruh Label Halal terhadap Brand Switching*, Skripsi Program Manajemen Institut Pertanian Bogor IPB, Bogor,2006

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran, Edisi Pertama*, Yogyakarta: Andi Ofset,2001

Umi Kulsum, *Bahaya Kosmetik Bagi Kesehatan*, Malang:2015

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 1 no 1

Usman, Husaini. *Pengantar Statistika*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009

Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009

Yuniarti, Vinna Sri, *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*, Bandung: CV Pustaka Setia,2015

Wahyu Budi Utami, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli*, Skripsi Program Ilmu Komunikasi UI N Sunan Kalijaga, Yogyakarta,2013

## KUESIONER PENELITIAN

No. Responden:

### Identitas Responden:

Nama/Inisial :

Jurusan :

Semester :

Umur :

### Petunjuk Pengisian

- Anda dipersilahkan memilih salah satu diantara pilihan jawaban, dengan cara memberi tanda silang ( X ) atau tanda centang ( √ ) pada kolom.
- Bila Anda keliru dalam memberi tanda silang ( X ) atau tanda centang ( √ ), lingkarkanlah tanda silang tersebut, kemudian berilah tanda silang ( X ) atau tanda centang ( √ ) pada kolom yang sebenarnya anda pilih.

### Keterangan:

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat tidak setuju

KS : Kurang Setuju

### Contoh Pengisian:

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Kosmetik yang mahal adalah yang baik dan aman digunakan				√	

UIN SUSKA RIAU

**SELAMAT MENGERJAKAN**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**A. Pengetahuan Produk**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menggunakan produk kosmetik halal akan memberikan rasa nyaman dan tidak khawatir lagi akan bahan-bahan yang berbahaya.					
2	Menggunakan produk kosmetik halal merupakan salah satu upaya untuk menjaga keimanan sebagai seorang muslim.					
3	Pada logo halal asli terdapat tulisan Majelis Ulama Indonesia dengan tulisan Latin dibagian luar dan tulisan Arab dibagian dalam, dan ditengah label terdapat tulisan halal dalam bahasa Arab dan bahasa Indonesia.					
4	Produk kosmetik yang mengandung bahan dari plasenta hewan hukumnya adalah halal dan aman untuk digunakan.*					
5	Penggunaan alkohol pada produk kosmetik diperbolehkan selama tidak masuk kedalam tubuh.					
6	Produk kosmetik yang telah terbukti halal tidak merusak apabila digunakan, dan tidak kalah dari produk kosmetik lainnya dalam menunjang kecantikan.					

**B. Keputusan Membeli**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STT
1	Kualitas, mutu dan jaminan halal adalah standar yang harus saya terapkan dalam memilih produk. kosmetik.					
2	Saya memutuskan membeli kosmetik yang halal karena memenuhi kebutuhan saya sebagai seorang muslimah.					
3	Ingin tampil cantik adalah kebutuhan yang selalu saya utamakan dalam memilih produk kosmetik.*					
4	Saya mencari informasi tentang produk sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut.					
5	Pengalaman pribadi adalah informasi yang paling akurat yang saya jadikan pedoman sebelum memilih produk kosmetik.					
6	Saya membeli produk kosmetik setelah mendapat saran dan informasi dari teman-teman saya mengenai produk tersebut.*					
7	Saya selalu memperhatikan label halal pada kemasan produk sebelum membeli produk tersebut.					
8	Label halal pada kemasan produk memberikan jaminan terhadap kualitas dan mutu produk.					
9	Label halal selalu menjadi pertimbangan utama saya dalam mengambil keputusan membeli.					

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STT
10	Harga yang terjangkau sangat menjadi pertimbangan saya sebagai mahasiswa sebelum membeli produk kosmetik*					
11	Saya memutuskan untuk selalu menggunakan produk kosmetik yang halal.					
12	Saya hanya akan menggunakan produk kosmetik yang membuat saya terlihat lebih cantik.*					

Disetujui:

Pekanbaru, 22 September 2018  
Pembimbing Skripsi

**Dr. Amrul Muzan, M.Ag**

### SKORING ANGKET PENELITIAN

P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P	K.1	K.2	K.3	K.4	K.5	K.6	K.7	K.8	K.9	K.10	K.11	K.12	K
4	4	4	3	3	4	22	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	45
5	5	5	5	3	3	26	5	2	2	4	5	4	5	5	5	2	4	3	46
4	4	4	4	2	4	22	5	5	4	5	4	4	5	4	5	3	4	3	51
5	5	5	5	3	5	28	4	4	2	5	5	4	4	4	3	4	3	3	45
4	4	4	5	4	4	25	4	4	2	4	4	5	3	4	3	2	3	3	41
4	4	4	3	3	4	22	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	43
5	5	5	4	4	5	27	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	4	4	5	28	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	48
4	4	4	5	3	5	25	5	5	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	48
5	5	5	5	5	5	30	5	5	3	4	5	4	5	5	5	3	4	4	52
4	5	4	4	3	5	25	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	51
5	5	5	4	4	4	26	5	5	4	4	4	5	4	4	4	2	3	3	47
4	5	5	3	3	5	24	5	5	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4	53
5	5	5	4	3	4	26	5	5	2	4	5	3	5	4	5	3	5	4	50
4	3	4	4	4	4	23	4	4	3	5	4	3	4	4	3	2	4	3	43
4	4	4	5	4	4	25	4	4	2	4	5	4	4	4	4	2	3	3	43
5	5	5	4	3	5	27	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	4	50
5	4	4	5	4	4	26	3	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	3	48
4	4	4	4	3	5	24	4	4	3	4	3	4	3	5	4	2	3	3	42
5	5	5	4	2	5	26	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45
4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	5	25	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	3	3	40
5	5	5	5	4	5	29	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	4	55
5	5	5	5	4	5	29	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	51
4	5	4	4	3	5	25	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	46
4	4	4	5	4	5	26	5	4	4	5	5	4	3	3	3	3	4	3	46

5	5	4	5	3	5	27	5	5	2	4	5	3	3	5	5	3	3	3	46
5	5	4	4	3	5	26	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	53
4	4	4	4	3	4	23	4	4	3	5	5	3	4	4	4	2	4	3	45
5	5	5	5	4	4	28	5	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	55
5	5	5	5	3	5	28	5	5	4	4	5	4	3	4	3	2	3	3	45
4	4	4	4	3	5	25	4	4	2	4	4	4	3	4	3	4	3	4	43
5	5	4	4	3	5	26	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	4	4	49
5	5	4	4	4	4	26	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	48
5	5	4	4	3	5	26	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	48
5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	4	55
5	5	5	5	4	4	28	4	4	3	4	5	4	4	5	3	3	3	4	46
5	5	5	5	3	5	28	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	43
3	4	4	2	4	4	21	5	4	3	2	4	4	3	4	4	2	3	3	41
4	4	4	4	4	4	24	4	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	4	53
5	5	5	5	4	3	25	3	3	3	4	5	5	5	5	5	3	5	4	50
5	5	5	5	5	4	29	5	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	4	54
4	4	4	4	5	3	24	4	4	2	4	3	4	4	4	4	2	4	3	42
5	5	4	4	3	5	26	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	46
4	4	4	3	4	3	23	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	43
4	4	4	5	3	5	25	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	3	4	45
3	4	4	4	3	4	22	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	44
4	4	5	4	4	4	25	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	48
4	4	4	4	3	4	23	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	3	4	41
5	5	5	5	4	5	29	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	50
4	4	4	4	3	3	22	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	3	46
5	5	5	5	4	4	28	3	5	4	5	4	4	5	3	5	3	5	3	49
4	4	4	5	4	5	27	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	25	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	39



4	4	4	4	24	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	45
4	5	4	5	27	4	5	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	42
5	5	5	4	28	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	54
4	4	4	5	25	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	47
4	4	4	4	24	4	4	2	4	4	3	4	4	4	2	4	3	42
5	5	5	4	28	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	55
5	5	5	2	25	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	52
4	5	4	5	24	5	5	3	4	4	5	4	5	5	3	5	3	51
4	4	5	4	26	4	4	3	5	5	5	4	4	4	3	3	3	47
5	5	5	4	27	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	46
5	5	5	5	30	5	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	50
4	4	4	4	23	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
5	5	5	4	28	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	50
4	4	4	4	24	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	45
4	5	4	4	26	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	48
4	5	4	5	27	5	5	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	50
5	5	4	4	27	4	5	4	4	5	3	5	4	5	2	5	4	50
5	5	5	5	28	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	54
5	5	5	4	26	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	46
4	5	5	4	27	5	5	3	4	5	4	4	4	5	3	5	4	51
5	5	4	4	27	4	4	3	4	4	5	3	4	3	3	3	3	43
4	4	4	3	23	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	3	4	42
5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	56
4	4	4	4	23	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	44

Dilindungi Undang-Undang  
 cipta milik UIN Suska Riau  
 g mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa mencantumkan sumber:  
 jutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau jutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 g mengemukakan dan merubahnya sebagai bagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN  
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul "PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK KOSMETIK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI KOSMETIK PADA MAHASISWI JURUSAN EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU" yang ditulis oleh :

Nama : **NILAM SARI**  
NIM : 11325204432  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 29 Juni 2020  
Waktu : 13.00 WIB  
Tempat : Daring

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sutan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 20 Januari 2021 M  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. Heri Sunandar, MCL**

Sekretaris  
**Syukran, M.Sy**

Penguji I  
**Nuryanti, M.E.Sy**

Penguji II  
**Rozi Andriani, ME**

Mengetahui:  
Kasubbag Akademik Kemahasiswaan dan Alumni  
Fakultas Syariah dan Hukum

**Jalikus, S.Ag.**  
NIP. 19750801 200701 1 023

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jenderal Sudirman No. 480 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU  
Email : dpmpstp@riau.go.id

Kode Pos : 28126

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/5628  
T E N T A N G



152010

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/3100/2017 Tanggal 3 Mei 2017**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- |                      |   |   |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama              | : | NILAM SARI  |
| 2. NIM               | : | 11325204432   |
| 3. Program Studi     | : | EKONOMI ISLAM   |
| 4. Jenjang           | : | S1  |
| 5. Alamat            | : | PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : | PENGARUH PENGETAHUAN HALAL PRODUK KOSMETIK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI MAHASISWI JURUSAN EKONOMI ISLAM UIN SUSKA RIAU DITINJAU DARI PERPEKSTIF EKONOMI ISLAM |
| 7. Lokasi Penelitian | : | PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM UIN SUSKA   |

Dengan Ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan ini.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dibuat.

Demikian Rekomendasi ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini dan terima kasih.

Dibuat di Pekanbaru  
Pada Tanggal : 16 Mei 2017  
**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
PROVINSI RIAU**  
  
EVARENITA, SE, M.Si  
Pembina Utama Muda  
NIP. 19720628 199703 2 004

**Tembusan :**

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
  2. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Pekanbaru
  3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
- ☞ Yang Bersangkutan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون  
FAKULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-561645  
Fas. 0761-562052 Web : [www.uin-suska.ac.id](http://www.uin-suska.ac.id), E-mail : [rektor@uin-suska.ac.id](mailto:rektor@uin-suska.ac.id)

UIN SUSKA RIAU

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/3992/2017

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : NILAM SARI  
N I M : 11325204432  
Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Telah Lulus :

**UJIAN KOMPREHENSIF**

yang diselenggarakan pada tanggal : 08 MEI 2017

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 29 Mei 2017  


Dr. H. Akbarizan, M.Ag, M.Pd  
NIP 19711001 199503 1 002

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون  
FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebarto No. 155 KM. 15 Tuahmadani Lampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-362052  
Web: www.iain-suska.ac.id Email : fash@iain-suska.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS**

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/4840/2020

Dekan Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : NILAM SARI  
Nim : 11325204432  
Tempat/Tgl.Lahir : Limbanang / 14 September 1995  
Semester : XIV (Empat Belas)  
Prodi : Ekonomi Syariah S1  
Konsentrasi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK KOSMETIK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI KOSMETIK PADA MAHASISWI JURUSAN EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU

Telah dinyatakan Lulus Ujian Sarjana (S1) yang diselenggarakan oleh Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tanggal 29 Juni 2020 dengan IPK 3.53 berprediket Memuaskan.

Demikian Surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 24 Juli 2020  
Dekan



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag  
NIP. 195807121986031005

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## JURNAL HUKUM ISLAM

### Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293  
Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052  
www.jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com  
HP. 081275150167 – 089213573660

#### SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : NILAM SARI  
NIM : 11325204432  
Jurusan : KONOMI SYARIAH  
Judul : PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK KOSMETIK HALAL  
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI KOSMETIK PADA  
MAHASISWI JURUSAN EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU

Pembimbing : Dr. Amrul Muzan, M.Ag

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 25 Februari 2021

An. Pimpinan Redaksi



M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL  
NIP. 198804302019031010



## BIOGRAFI PENULIS

Penulis bernama NILAM SARI, di lahirkan di Limbanang 14 September 1995. Ayahanda bernama Sofianus dan Ibunda bernama Nelfita. Penulis anak pertama dari empat bersaudara. Jenjang Pendidikan dimulai tahun 2001 penulis melanjutkan pendidikan di SDN 03 Limbanang dan lulus pada tahun 2007, kemudian melanjutkan pendidikan di MTsN Limbanang dari tahun 2007-2010, dan melanjutkan pendidikan di MAN 1 Padang Japang dari 2010-2013. Kemudian pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Syariah.

Dengan berkat Rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan Judul **“Pengaruh Pengetahuan Produk Kosmetik Halal Terhadap Keputusan Membeli Kosmetik Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Uin Suska Riau”** dibawah bimbingan Bapak Dr. Amrul Muzan, M.Ag dan pada tanggal 29 Juni 2021 dipanggil untuk mengikuti ujian munaqasah dan dinyatakan lulus dengan nilai Memuaskan dan menyanggah gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)

UIN SUSKA RIAU