

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan dan domisili para responden. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi demografis responden tersebut

5.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin responden disajikan pada Tabel 5.1 berikut ini :

Tabel 5. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Perempuan	96	100%
Total		96	100%

Sumber : dataprimer yang diolah 2021

Berdasarkan TABEL 5.1 seluruh responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan, dengan jumlah sampel 96 orang dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa produk kecantikan merek *nature republic* di Kota Pekanbaru mayoritas digunakan oleh konsumen perempuan.

5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Komposisi responden berdasarkan usia responden disajikan pada tabel

5.2 berikut ini :

Tabel 5. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	12 – 17 Tahun	1	1,04%
2	18 – 22 Tahun	65	67,71%
3	23 – 27 Tahun	30	31,25%
Jumlah		96	100%

Sumber; Data Olahan, 2025

Berdasarkan Tabel 5.2 di jelaskan bahwa responden berdasarkan umur 12 – 17 Tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 1,04% umur 18 – 22 Tahun sebanyak 65 orang dengan persentase 67,71% dan umur 23 – 27 sebanyak 30 orang dengan persentase 31,25%. Dapat disimpulkan bahwa responden pada umur 18 – 22 Tahun sering membeli produk skincare *nature republic*.

5.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Komposisi responden berdasarkan pekerjaan responden disajikan pad atabel 5.3 berikut ini :

Tabel 5. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Pekerja	8	8,33%
2	Karyawan	15	15,63%
3	Mahasiswa	66	68,75%
4	Dan lain-lain	7	7,29%

Jumlah		96	100%
---------------	--	-----------	-------------

Sumber : Data Olahan, 2025

Berdasarkan Tabel 5.3 dijelaskan bahwa persentase responden berdasarkan pekerjaan, dapat diketahui bahwa di dominasi mahasiswa sebanyak 66 orang dengan persentase 68,75%. Artinya pekerjaan mahasiswa yang paling banyak membeli produk skincare *nature republic*.

5.1.4 Responden Berdasarkan Penghasilan

Komposisi responden berdasarkan penghasilan responden disajikan pada Tabel 5.4 berikut ini :

Tabel 5. 4Jumlah Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan	Jumlah	Presentase (%)
1	500 – 1 jt	19	19,79%
2	1 jt – 2 jt	17	17,71%
3	2 jt – 3 jt	19	19,79%
4	Dan lain-lain	41	42,71%
Jumlah		96	100%

Sumber : Data Olahan, 2025

Berdasarkan Tabel 5.4 dijelaskan bahwa responden berdasarkan penghasilan 500-1 jt sebanyak 19 orang dengan persentase 19,79%, penghasilan 1 jt-2 jt sebanyak 17 orang dengan persentase 17,71% penghasilan 2 jt-3 jt sebanyak 19 orang dengan persentase 19,79% penghasilan Dan lain-lain sebanyak 41 orang dengan persentase 42,71%. Dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan penghasilan Dan lain-lain yang sering membeli produk skincare *nature republic*.

5.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel yang akan diuraikan adalah pengaruh *halal awareness*, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian produk skincare *nature republic* pada perempuan Gen Z di Kota Pekanbaru yang terdiri dari variabel dependen (keputusan pembelian) dan variabel independen (*halal awareness*, kualitas produk dan harga). Berdasarkan data yang diperoleh dan dikumpulkan melalui kuesioner. Maka dapat dideskripsikan satu persatu variabel penelitian sebagai berikut:

5.2.1 Analisis Deskriptif Halal awareness (X1)

Berikut rekapitulasi tanggapan responden terhadap pernyataan *Halal awareness* adalah sebagai berikut :

Tabel 5. 5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel *Halal awareness* (X1)

No	Item	Distribusi Jawaban					Skor
		SS	S	N	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Saya selalu memperhatikan ada tidaknya gambar “label halal” pada kemasan sebelum melakukan pembelian produk skincare nature republic.	62	24	6	3	1	429
		64,58%	25,00%	6,25%	3,13%	1,04%	100%
2	Dengan adanya tulisa “label halal” yang terdapat pada gambar tersebut membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian produk skincare nature republic.	38	41	14	2	1	401
		39,58%	42,71%	14,58%	2,08%	1,04%	100%
3	Saya sering mendapatkan informasi tentang kehalalan produk nature republic dari media sosial, website, atau komunitas kecantikan.	25	43	20	8	0	373
		26,04%	44,79%	20,83%	8,33%	0,00%	100%

No	Item	Distribusi Jawaban					Skor
		SS	S	N	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
4	Saya mengetahui dengan adanya kombinasi gambar dan tulisan “label halla” berarti produk skincare nature republic resmi dari MUI.	33	45	16	1	1	396
		34,38%	46,88%	16,67%	1,04%	1,04%	100%
5	Saya merasa lebih yakin menggunakan produk nature republic jika memiliki logo halal resmi.	30	46	17	3	0	391
		31,25%	47,92%	17,71%	3,13%	0,00%	100%
6	Saya selalu memeriksa apakah skincare yang saya beli memiliki label halal.	40	35	15	5	1	396
		42,11%	36,84%	15,79%	5,26%	1,05%	100%
7	Saya meyakini bahwa menggunakan produk halal adalah bagian dari kepatuhan terhadap ajaran agama saya.	42	35	15	4	0	403
		43,75%	36,46%	15,63%	4,17%	0,00%	100%
8	Produk skincare nature republic telah sesuai dengan ketentuan yang dikeluarkan MUI.	25	44	22	3	2	375
		26,04%	45,83%	22,92%	3,13%	2,08%	100%
9	Saya lebih percaya pada produk skincare nature republic jika memiliki label halal	22	44	27	5	1	378
		22,22%	44,44%	27,27%	5,05%	1,01%	100%
10	Karena menempel pada kemasan “label halal” mempermudah saya dalam meyakini keamanan produk skincare nature republic.	31	41	19	4	1	385
		32,29%	42,71%	19,78%	4,17%	1,04%	100%
11	Saya memilih skincare halal karena meyakini kebersihan dan keamanan bahan yang digunakan.	37	46	9	4	0	404
		38,54%	47,92%	9,38%	4,17%	0,00%	100%

Sumber : Data Olahan, 2025

Dari tabel 5.5 rekapitulasi tanggapan responden variabel Halal Awareness (X1) di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju (SS) sebanyak 62 tanggapan, responden yang menyatakan setuju (S) sebanyak 24

tanggapan, responden yang menyatakan cukup setuju (N) sebanyak 6 tanggapan, responden yang menyatakan tidak setuju (TS) sebanyak 3 tanggapan dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 tanggapan.

5.2.2 Analisis Deskriptif Kualitas Produk

Berikut rekapitulasi tanggapan responden terhadap pernyataan Kualitas Produk adalah sebagai berikut :

Tabel 5. 6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk (X2)

No	Item	Distribusi Jawaban					Skor
		SS	S	N	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Menurut saya skincare nature republic mampu menjaga produk tetap steril sehingga keawetan serta daya tahan produk terjamin.	22	53	19	1	1	382
		22,92%	55,21%	19,79%	1,04%	1,04%	100%
2	Rentang waktu kadaluasra produk skincare nature republic relatif lama sehingga mampu digunakan dalam jangka waktu yang cukup lama.	22	46	25	3	0	375
		22,92%	47,92%	26,04%	3,13%	0,00%	100%
3	Saya merasa produk skincare nature republic memiliki efek yang baik bagi wajah.	12	53	26	4	1	359
		12,50%	55,21%	27,08%	4,17%	1,04%	100%
4	Skincare nature republic memiliki kelebihan dalam merawat wajah konsumen.	17	45	30	4	0	363
		17,71%	46,88%	31,25%	4,17%	0,00%	100%
5	Menurut saya produk skincare nature republic disesuaikan berdasarkan jenis kulit serta kebutuhan pelanggan.	17	48	25	4	2	362
		17,71%	50,00%	26,04%	4,17%	2,08%	100%
6	Menurut saya produk nature republic pelanggan.	18	45	29	4	0	365
		18,75%	46,88%	30,21%	4,17%	0,00%	100%
		18	46	28	3	1	365

No	Item	Distribusi Jawaban					Skor
		SS	S	N	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
7	disesuaikan berdasarkan jenis kulit serta kebutuhan Saya merasa bahwa produk skincare nature republic dapat memberikan kenyamanan secara maksimal pada saat dipakai.	18,75%	47,92%	29,17%	3,13%	1,04%	100%
8	Produk skincare nature republic memberikan kemudahan dalam menggunakan.	21	49	24	2	0	377
		21,65%	50,52%	24,74%	3,09%	0,00%	100%

Sumber : Data Olahan, 2025

Dari tabel 5.6 rekapitulasi tanggapan responden variabel Kualitas Harga (X2) di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju (SS) sebanyak 22 tanggapan, responden yang menyatakan setuju (S) sebanyak 53 tanggapan, responden yang menyatakan cukup setuju (N) sebanyak 19 tanggapan, responden yang menyatakan tidak setuju (TS) sebanyak 1 tanggapan dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 tanggapan.

5.2.3 Analisis Deskriptif Harga

Berikut rekapitulasi tanggapan responden terhadap pernyataan Harga adalah sebagai berikut :

Tabel 5. 7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Harga (X3)

No	Item	Distribusi Jawaban					Skor
		SS	S	N	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Menurut saya harga skincare nature republic sangat terjangkau	31	42	18	4	1	386
		32,29%	43,75%	18,75%	4,17%	1,04%	100%
2	Menurut saya, saya setuju dengan harga produk	23	47	25	1	0	381
		23,96%	48,96%	26,04%	1,04%	0,00%	100%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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.

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

No	Item	Distribusi Jawaban					Skor
		SS	S	N	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
	skincare nature republic yang ditawarkan.						
3	Menurut saya harga skincare nature republic sesuai dengan kualitas produk.	26	52	13	4	1	386
		27,08%	54,17%	13,54%	4,17%	1,04%	100%
4	Menurut saya harga skincare nature republic bervariasi sesuai dengan kualitas produk.	23	43	21	9	0	368
		23,96%	44,79%	21,88%	9,38%	0,00%	100%
5	Menurut saya harga skincare nature republic lebih ekonomis dibandingkan dengan produk skincare lainnya.	21	33	36	5	1	356
		21,88%	34,38%	37,50%	5,21%	1,04%	100%
6	Menurut saya harga produk skincare nature republic dapat bersaing dengan harga pesaing.	17	50	24	5	0	367
		17,71%	52,08%	25,00%	5,21%	0,00%	100%
7	Menurut saya harga skincare nature republic sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.	23	51	20	1	1	382
		23,96%	53,13%	20,83%	1,04%	1,04%	100%
8	Menurut saya produk skincare nature republic yang dijual sesuai dengan harga dan manfaat yang diberikan.	28	50	17	1	0	393
		29,17%	52,08%	17,71%	1,04%	0,00%	100%

Sumber: Data Olahan, 20225

Dari tabel 5.7 rekapitulasi tanggapan responden variabel Harga (X3) di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju (SS) sebanyak 31 tanggapan, responden yang menyatakan setuju (S) sebanyak 42 tanggapan, responden yang menyatakan cukup setuju (N) sebanyak 18 tanggapan, responden yang menyatakan tidak setuju (TS) sebanyak 4 tanggapan dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 tanggapan.

5.2.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)

Berikut rekapitulasi tanggapan responden terhadap pernyataan Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut :

Tabel 5. 8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Item	Distribusi Jawaban					Skor
		SS	S	N	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Saya cenderung memilih produk skincare nature republic karena mereka menyediakan pilihan varian produk yang beragam.	25	43	25	2	1	377
		26,04%	44,79%	26,04%	2,08%	1,04%	100%
2	Saya memilih skincare nature republic karena sesuai dengan kebutuhan kulit saya.	21	48	24	3	0	375
		21,88%	50,00%	25,00%	3,13%	0,00%	100%
3	Dari berbagai merek skincare yang ada saya lebih mmeilih produk skincare nature republic karena mereka memberikan kualitas produk terbaik.	21	48	24	3	0	375
		21,88%	50,00%	25,00%	3,13%	0,00%	100%
4	Saya memilih nature republic karena merupakan merek yang sudah terkenal.	27	35	30	3	1	372
		28,13%	36,46%	31,25%	3,13%	1,04%	100%
5	Saya cenderung menggunakan produk skincare nature republic karena mudah ditemukan di toko onlin maupun offline.	28	34	30	54	0	474
		19,18%	23,29%	20,55%	36,99%	0,00%	100%
6	Ketersediaan produk nature republic di toko atau e-commerce mempengaruhi keputusan pembelian saya.	18	37	35	5	1	354
		18,75%	38,54%	36,46%	5,21%	1,04%	100%
		27	34	27	8	0	368

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	Item	Distribusi Jawaban					Skor
		SS	S	N	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
7	Saya membeli produk skincare nature republic saat sedang ada diskon atau promo.	28,13%	35,42%	28,13%	8,33%	0,00%	100%
8	Saya lebih tertarik membeli nature republic saat ada produk terbaru yang diluncurkan	18	40	30	7	1	355
		18,75%	41,67%	31,25%	7,29%	1,04%	100%
9	Saya membeli produk skincare nature republic lebih dari 2 kali dalam sebulan.	16	39	26	15	0	344
		16,67%	40,63%	27,08%	15,63%	0,00%	100%
10	Saya membeli produk nature republic dalam jumlah yang lebih banyak saat ada promo atau bundling.	18	42	28	6	1	355
		18,95%	44,21%	29,47%	6,32%	1,05%	100%

Sumber : Data Olahan, 202

Dari tabel 5.8 rekapitulasi tanggapan responden variabel Keputusan Pembelian (Y) di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju (SS) sebanyak 25 tanggapan, responden yang menyatakan setuju (S) sebanyak 43 tanggapan, responden yang menyatakan cukup setuju (N) sebanyak 25 tanggapan, responden yang menyatakan tidak setuju (TS) sebanyak 2 tanggapan dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 tanggapan.

5.3 Analisis Kuantitatif

5.3.1 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data memiliki kendali dan

keakuratan dalam mengukur variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, pengujian kualitas data meliputi uji validitas dan reabilitas instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel *halal awareness* (X1), kualitas produk (X2), harga (X3), dan keputusan pembelian (Y).

1. Uji Validitas

Mengukur valid atau tidak angket dapat diukur dengan melakukan uji validitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat mengukur aspek-aspek yang relevan dengan variabel penelitian. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan program IBM SPSS Statistics 26 dengan metode Pearson Product Moment. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi butir soal dengan alpha ($\text{sig } 2\text{-tailed} < 0,05$). Jika nilai r hitung $> r$ tabel dengan taraf signifikansi 0,05, maka instrumen dikatakan valid. Sebaliknya, jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka instrumen dikatakan tidak valid.

Pada variabel *halal awareness* (X1) terdiri dari 11 pernyataan, variabel kualitas produk (X2) terdiri dari 8 pernyataan, variabel harga (X3) terdiri dari 8 pernyataan dan keputusan pembelian (Y) terdiri dari 10 pernyataan yang disebarkan kepada 96 responden. Berikut hasil uji validitas tiap pernyataan pada variabel:

Tabel 5. 9 Uji Validitas

No	Variabel	Pernyataan	r hitung	R tabel	Keterangan
1	<i>Halal awareness</i>	X1.1	0,296	0,200	Valid
		X1.2	0,678	0,200	Valid
		X1.3	0,620	0,200	Valid
		X1.4	0,688	0,200	Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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.

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

No	Variabel	Pernyataan	r hitung	R tabel	Keterangan
		X1.5	0,727	0,200	Valid
		X1.6	0,760	0,200	Valid
		X1.7	0,606	0,200	Valid
		X1.8	0,625	0,200	Valid
		X1.9	0,750	0,200	Valid
		X1.10	0,650	0,200	Valid
		X1.11	0,620	0,200	Valid
2	Kualitas Produk	X2.1	0,592	0,200	Valid
		X2.2	0,614	0,200	Valid
		X2.3	0,738	0,200	Valid
		X2.4	0,678	0,200	Valid
		X2.5	0,692	0,200	Valid
		X2.6	0,712	0,200	Valid
		X2.7	0,756	0,200	Valid
		X2.8	0,706	0,200	Valid
3	Harga	X3.1	0,693	0,200	Valid
		X3.2	0,670	0,200	Valid
		X3.3	0,748	0,200	Valid
		X3.4	0,719	0,200	Valid
		X3.5	0,752	0,200	Valid
		X3.6	0,716	0,200	Valid
		X3.7	0,703	0,200	Valid
		X3.8	0,639	0,200	Valid
4	Keputusan Pembelian	Y1.1	0,453	0,200	Valid
		Y1.2	0,629	0,200	Valid
		Y1.3	0,675	0,200	Valid
		Y1.4	0,612	0,200	Valid
		Y1.5	0,610	0,200	Valid
		Y1.6	0,681	0,200	Valid
		Y1.7	0,695	0,200	Valid
		Y1.8	0,657	0,200	Valid
		Y1.9	0,729	0,200	Valid
		Y1.10	0,729	0,200	Valid

Sumber : Data Olahan, 2025

Sesuai Tabel 5.9 akhir dari uji validitas menunjukkan yakni 37 item pertanyaan termasuk kategori valid, dikarenakan nilai signifikan $<0,050$ atau $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$. Kesimpulan dari uji validitas dari masing-masing variabel semua item pernyataan dapat dipakai sebagai alat ukur variabel dan bisa dipakai di penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur keandalan suatu angket atau kuesioner sebagai alat ukur variabel penelitian. Tujuan uji realibilitas adalah untuk memastikan bahwa alat ukur tersebut memiliki hasil yang konsisten dan tidak mengandung kesalahan material. Dengan kata lain, uji realibilitas bertujuan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran tetap stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, uji realibilitas dilakukan menggunakan program IBM SPSS Statistics 26. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai koefisien *cronbach's Alpha* $> 0,60$. Berikut hasil uji reliabilitas:

Tabel 5.10 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
1	<i>Halal awareness</i> (X1)	0,760	0,60	Reliabel
2	Kualitas Produk (X2)	0,839	0,60	Reliabel
3	Harga (X3)	0,854	0,60	Reliabel
4	Keputusan Pembelian (Y)	0,850	0,60	Reliabel

Sumber: Data olahan, 2025

Sesuai Tabel 5.10 Uji Reliabilitas, nilai *cronbach's Alpha* untuk variabel *Halal awareness* (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), dan Keputusan Pembelian (Y) lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan yakni instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabel. Variabel *Halal awareness* (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,760, variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 0,839, variabel Harga (X3) sebesar 0,854, dan variabel Keputusan Pembelian

(Y) sebesar 0,850. Dengan demikian, instrumen penelitian ini telah terbukti reliabel dan layak untuk pengumpulan data.

5.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dalam analisis regresi agar dapat menetapkan bahwa data yang dipakai terpenuhi ketentuan sebagai model regresi yang valid dan tidak bias. Pengujian ini bertujuan untuk menentukan gaya regresi yang dipakai memiliki estimasi akurat dan dapat digeneralisasikan. Beberapa uji yang dilakukan meliputi Uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Jika uji asumsi klasik tidak dilakukan, sehingga model regresi yang dihasilkan berisiko tidak valid, sehingga kesimpulan penelitian menjadi kurang dapat dipercaya dan tidak dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang tepat (Sugiyono, 2019).

5.4.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal.

Tabel 5. 10 Hasil Uji Statistik *Kolmogorov-Sminov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.84319182
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.048
	Negative	-.050
Test Statistic		.050

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Sumber: Data olahan, 2025

Sesuai Tabel 5.11 dihasilkan angka Asymp Sig (2-tailed) atau nilai signifikan variabel Keputusan Pembelian 0,200. Hal ini mengungkapkan yakni data berdistribusi normal karena nilai signifikan yang diperoleh lebih dari 0,05 ($0,200 > 0,05$). Data yang diperoleh dari akhir penelitian dapat dilanjutkan ke tahap uji berikutnya karena data sudah dinyatakan normal.

5.4.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan yang tinggi antara variabel independen dalam regresi. Uji ini dapat dilihat melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan sejauh mana setiap variabel independen dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$, maka tidak terjadi multikolinieritas. Begitu juga, jika nilai *VIF* $< 10,00$, maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut adalah hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini:

Tabel 5. 11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. 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.

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

Harga	<i>Halal awareness</i>	.601	1.663
	Kualitas Produk	.341	2.931
		.418	2.395

Sumber: Data olahan, 2025

Berdasarkan tabel 5.12 terlihat bahwa setiap variabel independen atau variabel bebas memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi ini.

5.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi apakah adanya ketidakseragaman variasi dalam residu antara suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam suatu model regresi (Ghozali, 2021).

Tabel 5. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.988	2.620		1.904	.060
	<i>Halal awareness</i>	.046	.068	.060	.682	.497
	Kualitas Produk	.409	.123	.390	3.333	.001
	Harga	.300	.085	.374	3.530	.001
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data olahan, 2025

Sesuai akhir uji heteroskedastisitas di Tabel 5.13 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari semua variabel penelitian > 0,05. Hal ini artinya penelitian ini

- 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.

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

tanpa heteroskedastisitas. Kesimpulannya penelitian ini dikatakan baik serta dapat dilanjutkan karena terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

5.5 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (variabel terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas), dengan tujuan agar mengestimasi atau rata-rata populasi atau angka rata-rata variabel dependen sesuai angka variabel independen yang dilihat (Ghozali, 2018). Pendapat (Ghozali, 2018) yakni akhir dari regresi adalah koefisien tiap variabel independen. Koefisien dengan metode memperkirakan angka variabel dependen dengan sebuah persamaan. Koefisien regresi diolah dengan 2 tujuan yakni meminimum penyimpangan antara angka aktual dan angka estimasi variabel dependen sesuai data yang ada. Berikut ini adalah penjelasan uji Regresi Linier Berganda di Tabel 5.6.

Tabel 5. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

University of Sultan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.988	2.620		1.904	.060
	<i>Halal awareness</i>	.046	.068	.060	.682	.497
	Kualitas Produk	.409	.123	.390	3.333	.001
	Harga	.300	.085	.374	3.530	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data olahan, 2025

Sesuai Tabel 5.14 ada angka konstanta yakni 4,988, serta koefisien untuk variabel *Halal awareness* (X1) yakni 0,046, Kualitas Produk (X2) yakni 0,409, dan Harga (X3) sebesar 0,300. Adapun akhir persamaan model regresi yakni :

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.

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

$$Y = 4.988 + 0.046 X_1 + 0.409 X_2 + 0.300 X_3 + e$$

Hasil persamaan uji regresi linier berganda dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) sebesar 0,4988. Artinya, apabila Halal Awareness (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Harga (X_3) diasumsikan bernilai nol (0), maka Keputusan Pembelian diperkirakan tetap sebesar 0,4988.
2. Nilai koefisien regresi sebesar 0,046 menyatakan bahwa jika Halal Awareness (X_1) mengalami peningkatan 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat 0,046, dengan asumsi variabel lainnya tetap.
3. Nilai koefisien regresi sebesar 0,409, menyatakan bahwa jika Kualitas Produk (X_2) mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan menurun sebesar 0,046, dengan asumsi variabel lainnya tidak tetap.
4. Nilai koefisien regresi sebesar 0,300 menyatakan bahwa Harga (X_3) meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,300, dengan asumsi variabel lainnya tetap.
5. Standar Error (e) merupakan variabel acak yang menggambarkan pengaruh faktor-faktor lain di luar model yang memengaruhi Keputusan Pembelian (Y). Nilai ini mencerminkan variasi data yang tidak dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam model regresi.

5.5.1 Uji Statistik Parsial (Uji T)

Uji Statistik Parsial atau uji t dilakukan agar menilai sejauh mana dampak variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Uji statistik parsial dilakukan dengan melihat nilai signifikansi atau membandingkan nilai/hitung variabel independen dengan angka t tabel dengan tingkat kesalahan 0,05. Apabila angka signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$) sehingga hipotesis penelitian diterima namun apabila hasil signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$) sehingga hipotesis nditolak. Berikut hasil uji statistik parsial pada Tabel 5.8 yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM DPDD *Statistics* 25.

Tabel 5. 14 Hasil Uji Statistik Parsial (Uji – t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.988	2.620		1.904	.060
	Halal awareness	.046	.068	.060	.682	.497
	Kualitas Produk	.409	.123	.390	3.333	.001
	Harga	.300	.085	.374	3.530	.001
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data olahan, 2025

1. Akhir dari uji statistik parsial variabel *halal awareness* mempunyai angka koefisien regresi sebesar 0,046 dengan angka hitung 0,682 lebih kecil dari nilai t tabel 1.985 ($0,682 < 1,985$) nilai sig $0,497 < 0,050$. Artinya, variabel *halal awareness* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga **H_{a1} ditolak.**

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. Akhir dari uji statistik parsial variabel kualitas produk mempunyai angka koefisien regresi yaitu 0,409 dengan angka t hitung 3,333, lebih besar dari angka t tabel 1,985 ($0,409 > 1,985$). Angka signifikansi yakni 0,001, lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,001 < 0,050$). Artinya variabel kualitas produk berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian, sehingga **Ha₂ diterima**.
3. Akhir dari uji statistik parsial variabel harga mempunyai angka koefisien yakni 0,300 dengan angka t hitung 3,530, lebih besar dari angka tabel 1,985 ($3,530 > 1,985$). Angka signifikansi yakni 0,001, lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,001 < 0,050$). Artinya variabel harga berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian, sehingga **Ha₃ diterima**.

Tabel 5. 15 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	Koefisien Regresi	Sig.	Kontribusi	Hasil
Ha ¹	<i>halal awareness</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian,	0,046	0,682	6,09%	Diterima
Ha ²	kualitas produk berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	0,049	0,409	54,17%	Diterima
Ha ³	variabel harga berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	0,300	3,530	39,74%	Diterima
Ha ⁴	<i>Halal awareness</i> , kualitas produk dan harga	-	0	(R ² = 0,582)	Diterima

Sumber: Data Olahan, 2025

5.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji signifikansi simultan tujuannya yakni menilai apakah variabel-variabel independen berdampak pada variabel dependen. Jika angka signifikasni kurang dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$), artinya ada pengaruh signifikan dari variabel independen pada variabel dependen. Sebaliknya, jika angka signifikansi melebihi 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), artinya variabel independen secara simultan tidak mempunyai dampak yang signifikan pada variabel dependen. Akhir dari uji F ada di Tabel 5.16

Tabel 5. 16 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji – F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1017.670	3	339.223	40.638	.000 ^b
	Residual	767.955	92	8.347		
	Total	1785.625	95			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Harga, <i>Halal awareness</i> , Kualitas Produk						

Sumber: Data olahan, 2025

Akhir dari uji signifikansi simultan DI Tabel 5.16 menghasilkan angka signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikan (0,000) $< 0,050$). Artinya secara simulta, variabel independen yaitu *halal awareness*, kualitas produk, dan harga mempunyai dampal yang signifikan pada keputusan pembelian.

5.6 Uji Koefisien Determinasi

5.6.1 Uji Koefisien Determinasi Simultan (r^2)

Uji koefisien determinasi simultan atau uji r^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi seluruh variabel independen dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Nilai adjusted r^2 berada dalam rentang antara 0 hingga 1. Jika nilai r^2 yang diperoleh mendekati 0, maka hal tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki kemampuan yang rendah dalam menerangkan variabel terikat. Sebaliknya, apabila nilainya mendekati 1, maka variabel bebas dianggap mampu memberikan penjelasan yang kuat terhadap perubahan yang terjadi pada variabel terikat. Penjelasan mengenai tingkat korelasi dan nilai r akan disampaikan di bawah ini:

0	= Tidak Berkorelasi
0,10 – 0,20	= Sangat Rendah
0,21 – 0,40	= Rendah
0,41 – 0,60	= Agak Rendah
0,61 – 0,80	= Cukup
0,81 – 0,99	= Tinggi
1	= Sangat Tinggi

Uji koefisien determinasi (r^2) dalam penelitian ini dapat diketahui dengan melihat nilai adjusted Tabel 5.10.

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 5. 17 Hasil Uji Koeisien Determinasi Simultan (r^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.570	.556	2.88918

a. Predictors: (Constant), Harga, Halal Awareness, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output IBM SPSS Statistics, 2025

Mengaju pada Tabel 5.18 mengenai hasil uji koefisien determinasi simultan (r^2), diperoleh nilai abjused R Square sebesar 0,556 atau setara dengan 55,6%. Artinya variabel *halal awareness* (X1), kualitas produk (X2), dan Harga (X3) secara simultan mampu menjelaskan variasi dari variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 55,6%. Adapun sisanya, yaitu sebesar 44,4%, dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5.6.2 Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Tabel 5. 18 Hasil Uji Koeisien Determinasi Simultan (r^2)

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta	T		Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	4.988	2.620		1.904	.060			
Halal Awareness	.046	.068	.060	.682	.497	.496	.071	.047
Kualitas Produk	.409	.123	.390	3.333	.001	.713	.328	.228
Harga	.300	.085	.374	3.530	.001	.702	.345	.241

Sumber : Output IBM SPSS Statistics, 2025

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.

Uji koefisien determinasi parsial bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kontribusi masing-masing variabel bebas secara individu dalam menjelaskan variasi pada variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan mengkuadratkan nilai *correlation partial* pada output SPSS dan menjadai nilai tersebut dalam bentuk persentase. Semakin besar nilai r^2 menandakan bahwa semakin

5.7 Pembahasan

5.7.1 Pengaruh Halal awareness terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dari penelitian ini, *halal awareness* (X1) berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian produk skincare nature republic, sehingga **H_{a1}** dinyatakan **ditolak**. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil dari uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai signifikansi $0,682 < \text{taraf signifikan } 0,05$ dan nilai koefisien regresi $0,046$. Sesuai dengan nilai regresi tersebut, artinya tiap penambahan variabel *halal awareness* satu satuan akan menambah keputusan pembelian produk skincare nature republic $0,046$. Kontribusi secara parsial variabel *halal awareness* pada keputusan pembelian produk skincare nature republic 6.09% .

5.7.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, hipotesis kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji signifikan parsial (uji-t) dengan nilai signifikan $0,409 < \text{taraf signifikan } 0,005$. Selain itu, nilai koefisien regresi

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.

sebesar 0,049 yang mengidentifikasi bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,049. Kontribusi variabel secara parsial kualitas produk terhadap kualitas harga sebesar 54,17%, Dengan demikian, **Ha₂** dinyatakan **diterima**.

5.7.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai $\text{sig } 3,530 < \text{taraf sig } 0,05$, dan nilai koefisien regresi 0,300,. Artinya, tiap penambahan variabel harga satu satuan akan menambah keputusan pembelian produk skincare nature republic 0,300. Kontribusi secara parsial variabel harga terhadap keputusan pembelian skincare nature republic sebesar 39,74% sehingga **Ha₃** **diterima**.

5.7.4 Pengaruh Halal awareness, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil uji signifikan simultan (uji-f), variabel *halal awareness* (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) produk skincare nature republic pada perempuan gen z di kota pekanbaru. Dilihat dari hasil uji f, nilai $\text{sig } 0,000 < \text{taraf sig } 0,05$ dan nilai adjusted R Square 0,582 menunjukkan bahwa 58,2% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan ketiga variabel dependen tersebut, sementara sisanya 41,8% berdampak pada variabel lain yang tidak diteliti.