

**PENGARUH GAYA HIDUP, LABEL HALAL DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* SCARLETT  
*WHITENING***

**RINGKASAN SKRIPSI**



**TRI WAHYUNI**

**2117 29906**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA  
JUNI 2022**

## TUGAS AKHIR

### PENGARUH GAYA HIDUP, LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SCARLETT WHITENING

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**TRI WAHYUNI**

**Nomor Induk Mahasiswa: 211729906**

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 1 Juli 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S. M.)



Pembimbing

Shita Lusi Wardhani, Dra., M.Si.

Penguji

Nuning Kristiani, S.E., M.M.

Yogyakarta, 1 Juli 2022  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta  
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian *skincare* scarlett di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria pengguna aktif *skincare* scarlett. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang didistribusikan melalui Google Forms dengan total responden 113 orang.

Hasil penelitian ini adalah: (1) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t$  4,633 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ ; (2) label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t$  2,169 dan nilai signifikansi  $0,032 < 0,05$ ; (3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t$  5,646 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ ; (4) nilai *Adjusted R Square* diperoleh angka 0,685 yang artinya 68,5% minat berwirausaha pada mahasiswa dipengaruhi oleh variabel kepribadian, motivasi dan lingkungan keluarga dan sisanya dipengaruhi variabel lainnya.

**Kata kunci:** Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Scarlett.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRACT

*This study aims to examine the effect of lifestyle, halal label and price on purchasing decisions of Scarlett skincare in the Special Region of Yogyakarta. The sample in this study used a purposive sampling method with the criteria of active users of Scarlett skincare. The data collection technique used a questionnaire distributed through Google Forms with a total of 113 respondents.*

*The results of this study are: (1) lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-value of 4.633 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ ; (2) the halal label has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-value of 2.169 and a significance value of  $0.032 < 0.05$ ; (3) the price has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-value of 5.646 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ ; (4) the value of Adjusted R Square is 0.685, which means that 68.5% of students' interest in entrepreneurship is influenced by personality, motivation and family environment variables and the rest is influenced by other variables.*

**Keywords:** *Lifestyle, Halal Label and Price on Purchase Decision of Scarlett Skincare.*

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat islam (<https://www.dpr.go.id>). Kehalalan produk *skincare* di Indonesia, diuji oleh lembaga pengkajian pangan, obat-obatan, dan kosmetika disebut LPPOM MUI. Berbagai macam produk halal yang banyak digunakan konsumen, salah satunya adalah produk *Skincare*. *Skincare* halal merupakan produk yang dikonsumsi untuk merawat, menambah daya tarik dan melindungi kulit. *Skincare* halal memperbaiki bagian dalam tubuh dan tidak termasuk jenis golongan obat yang mengandung bahan yang diharamkan. *Skincare* yang telah berhasil uji kehalalan akan menerima sertifikat halal dan diperbolehkan menggunakan label halal di produk dan juga memiliki keuntungan yang besar. Konsumen lebih selektif dalam memilih dan membeli produk yang akan digunakannya. Bagi produsen dan konsumen, label halal berguna untuk melindungi produk dari adanya bahan dan proses yang tidak baik. *Scarlett whitening* adalah produk yang telah disetujui kehalalannya terlihat pada gambar berikut :



Gambar1 1

**Gambar 1.1 Logo MUI**

Berdasarkan gambar 1.1 bukti logo MUI, barcode serta BPOM yang ada di produk *scarlett whitening*.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Bagi para wirausaha besar maupun kecil, bagian kesehatan dan kecantikan merupakan kategori dari pasar kebutuhan sehari-hari yang luar biasa peminatnya. Hal ini menunjukkan tingginya potensi pasar melalui pangsa pasar yang membantu *brand* lokal mencapai keberhasilan. Produk *skincare* sangat dikenal dimana-mana. Banyaknya jenis produk-produk lokal yang mulai banyak masuk ke pasar Indonesia dari berbagai *brand* ternama. Produk *skincare* dapat mengatasi berbagai masalah kulit seperti kulit kusam, berminyak, kering, berjerawat dan masalah kulit lainnya. Pemakaian *skincare* yang rutin akan menghasilkan kulit bersih dan wajah yang sehat. Pencantuman tanggal kadaluwarsa dan nomor registrasi dari BPOM RI atau Departemen kesehatan diperlukan pada setiap produk yang berlabel halal agar memberikan jaminan bahwa produk tersebut aman bagi tubuh dan tidak membahayakan kesehatan.

Produk *skincare* Scarlett *whitening* berdiri sejak tahun 2017 silam dan sudah banyak mengeluarkan produk *skincare* seperti *body care* maupun *skincare*. Produk Scarlet ini merupakan perusahaan produk lokal perawatan kecantikan milik artis bernama Felicya Angelista yang diproduksi oleh PT. Motto Beringin abadi, Bogor, Indonesia. Pertumbuhan omset penjualan produk scarlet dengan pangsa pasar sebesar 57% (compass.co.id). Produk scarlett sudah dikenal masyarakat dan sudah *endorsement* sejumlah artis maupun selebritas instagram di media sosial.

Selama masa pandemi scarlett *whitening* banyak mengeluarkan beberapa varian *skincare*. Target dari bisnis ini ialah untuk membuat scarlett *whitening* lebih diterima secara positif oleh konsumen dan menciptakan produk terbaik yang memenuhi kebutuhan mereka. Pada tanggal 11 sampai dengan 14 Januari 2021 produk scarlet juga menarik para konsumen dengan mengadakan diskon sebesar 33% untuk produk *skincare* scarlett *whitening*. Program promosi dilakukan agar produk semakin dikenal di Indonesia, ini adalah salah satu bagian

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

untuk membuat citra lokal *brand* sama baiknya dan tidak kalah jauh dengan produk-produk luar negeri. Produk scarlet mempunyai 3 jenis kategori, yaitu scarlett *bodycare series*, scarlett *face care series*, dan scarlett *hair care series*. Rangkain produk scarlet ini telah terdaftar di BPOM. BPOM adalah lembaga yang bertugas di bidang pengawasan obat dan makanan. Produk scarlet ini sudah dipastikan aman untuk Ibu hamil dan Ibu menyusui, tanpa *mercury*, dan tidak menggunakan *hydroquinone*.



The screenshot shows the BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan RI) website interface. At the top, it says 'Cek Produk BPOM' and 'Badan Pengawas Obat dan Makanan RI'. There are navigation tabs for 'Produk', 'Sarana', and 'Link'. Below that, there is a search bar with 'MERK' and a dropdown menu showing 'Scarlett'. A table lists several registered products with columns for 'NOMOR REGISTRASI', 'PRODUK', and 'PENDAFTAR'. The products listed include 'BODY SCRUB ROMANSA', 'BODY SCRUB POMEGRANTE', 'BRIGHTENING SHOWER SCRUB COFFEE', 'BODY SCRUB FRESHY', 'YORDANIAN SEA SALT SHAMPOO', and 'FRAGRANCE BRIGHTENING BODY LOTION CHARMING'. All products are registered to 'MOTTO BERINGIN ABADI, PT'.

NOMOR REGISTRASI	PRODUK	PENDAFTAR
NA18210700427 Terbit: 05-04-2021	BODY SCRUB ROMANSA Merk: SCARLETT Kemasan: Bot 50 ml, Bot 100 ml, Bot 150 ml, Bot 200 ml, Bot 250 ml	MOTTO BERINGIN ABADI, PT Kab Bogor, Jawa Barat
NA18210700428 Terbit: 05-04-2021	BODY SCRUB POMEGRANTE Merk: SCARLETT Kemasan: Bot 50 ml, Bot 100 ml, Bot 150 ml, Bot 200 ml, Bot 250 ml	MOTTO BERINGIN ABADI, PT Kab Bogor, Jawa Barat
NA18210700426 Terbit: 04-04-2021	BRIGHTENING SHOWER SCRUB COFFEE Merk: SCARLETT Kemasan: Botol 100 ml, Botol 200 ml, Botol 300 ml, Botol 500 ml, Botol 750 ml	MOTTO BERINGIN ABADI, PT Kab Bogor, Jawa Barat
NA18210700336 Terbit: 19-03-2021	BODY SCRUB FRESHY Merk: SCARLETT Kemasan: Bot 50 ml, Bot 100 ml, Bot 150 ml, Bot 200 ml, Bot 250 ml	MOTTO BERINGIN ABADI, PT Kab Bogor, Jawa Barat
NA18211000227 Terbit: 12-03-2021	YORDANIAN SEA SALT SHAMPOO Merk: SCARLETT Kemasan: Botol 100 ml, Botol 200 ml, Botol 300 ml, Botol 500 ml, Botol 750 ml	MOTTO BERINGIN ABADI, PT Kab Bogor, Jawa Barat
NA18210101555 Terbit: 10-03-2021	FRAGRANCE BRIGHTENING BODY LOTION CHARMING Merk: SCARLETT Kemasan: Botol 100 ml, Botol 200 ml, Botol 300 ml, Botol 500 ml, Botol 750 ml	MOTTO BERINGIN ABADI, PT Kab Bogor, Jawa Barat

Gambar1. 2

## Hasil cek Produk BPOM

Berdasarkan gambar 1.2 produk scarlet *whitening* telah terdaftar di BPOM dan aman untuk digunakan.

Dari beberapa penelitian, gaya hidup menjadi faktor pembeda setiap kebutuhan manusia. Seperti orang tua dan anak-anak, wanita dan pria. Bahkan kebutuhan bagi wanita akan penampilan sangatlah penting. Wanita ingin selalu tampil menawan dan cantik. Kosmetik dan *skincare* adalah suatu hal yang digunakan untuk menambah kepercayaan diri bagi wanita dalam berpenampilan (Alfiatun,2018)

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Gaya hidup menurut Kotler (2002:192) menggambarkan bagaimana hidup seseorang di dunia dengan mengekspresikannya melalui kegiatan, minat, serta argumennya. Gaya hidup memperlihatkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

Menurut Gitusudarmo (2000:199) label merupakan keterangan/penjelasan dari sebuah produk yang membawa informasi produk. Label juga dapat diartikan sebagai identitas suatu produk yang akan dipasarkan, label mempermudah konsumen untuk memilih dan memilah produk yang akan dibeli, dan dapat digunakan sebagai media penguat branding produk dalam persaingan usaha yang ketat. Informasi pada label biasanya berisi nama produk, bahan yang digunakan, alamat produsen atau cara penyajian dari produk.

Menurut Machfoeds (2005) penetapan harga dipengaruhi faktor internal meliputi tujuan biaya, pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, serta metode penetapan harga. Bauran pemasaran disebut sebagai marketing mix merupakan kumpulan variabel yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Pentingnya bauran pemasaran karena membantu perusahaan untuk memahami upaya pemasaran mereka, menentukan produk apa yang bisa mereka tawarkan, berapa harganya dan bagaimana cara menarik pelanggan. Harga merupakan unsur pertama dari bauran pemasaran karena dari penetapan harga sebuah perusahaan akan berkaitan langsung dengan pendapatan dan laba.

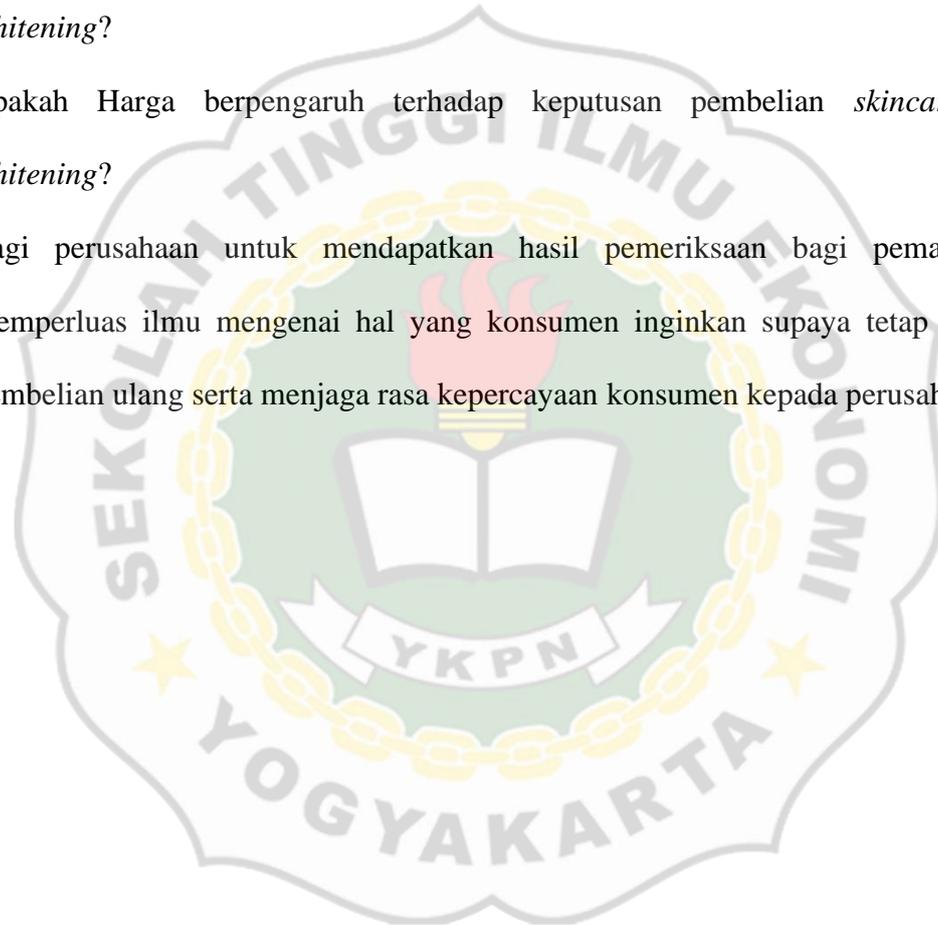
Ada beberapa alternatif pilihan pada keputusan pembelian, artinya setiap seseorang dapat membuat keputusan dengan beberapa pilihan alternatif (Schiffman Kanuk, 2004). Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis ingin melakukan penelitian mengenai penjelasan latar belakang diatas untuk meneliti: **Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian *skincare scarlett whitening***

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## 1.2 Rumusan Masalah

Pada latar belakang diatas,dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian *skincare* scarlett *whitening*?
2. Apakah Label Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian *skincare* scarlett *whitening*?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *skincare* scarlett *whitening*?
1. Bagi perusahaan untuk mendapatkan hasil pemeriksaan bagi pemasar dalam memperluas ilmu mengenai hal yang konsumen inginkan supaya tetap melakukan pembelian ulang serta menjaga rasa kepercayaan konsumen kepada perusahaan.



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## TINJAUAN TEORI

### Gaya Hidup

Gaya hidup menurut Sutisna dalam Heru Suprihhadi (2017) mengenai bagaimana cara hidup seseorang dalam menghabiskan waktu mereka dengan melakukan hobi dan kegiatan social. Serta minat mengenai keluarga, makanan, gaya, rekreasi dan sekaligus diri mereka sendiri mengenai produk, bisnis dan masalah masalah social.

Gaya hidup menurut Hawkins (2004) yang dikutip oleh Yuniarti, seseorang mampu mempengaruhi perilaku membeli, kebutuhan serta keinginan. Dalam Hal ini berarti, seseorang mampu melakukan pembelian suatu produk yang mengarah pada gaya hidup yang diikutinya. Pada saat ini gaya hidup sangat mengikuti perkembangan zaman dengan memperhatikan *mode* atau *trend* yang sedang berlangsung, dengan mengikuti perkembangan zaman orang-orang mulai memperbaiki dirinya dimulai dari merawat diri dan mempercantik diri.

### Label Halal

Tanda label halal atau bukti tertulis sebagai jaminan produk dengan tulisan dalam huruf Arab, huruf lain dan kode dari Menteri yang dikerluarkan atas pemeriksaan dari lembaga yang dibentuk oleh MUI, fatwa halal, dari MUI, sertifikat halal dari MUI sebagai jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud halal serta bisa digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah zumrotun (2019).

Pelabelan halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang bersangkutan berstatus sebagai produk halal. Label halal adalah jaminan yang diberikan oleh lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika, Majelis Ulama Indonesia (LP POM MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut telah lulus uji halal menurut syariat Islam.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

(Rangkuti, 2010). Adapun bentuk logo halal yang didukung oleh sertifikat MUI yaitu: Menggunakan label halal.



Gambar 2.1

<https://www.google.com/url?sa=i&url=http://www.mui.go.id>

**Gambar 2.1 Label Halal**

Menurut (Ian Alfian, 2017) label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal, Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Pencantuman label halal pada produk scarlett sangat meyakinkan bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi dan konsumen dapat menggunakan nya tanpa adanya rasa khawatir.

## **Harga**

Pengertian harga menurut Buchari Alma (2014:169) menyatakan bahwa “harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang”. Beda halnya dengan (fandy Tjiptono 2015:151) bahwa harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menciptakan atau membentuk biaya. Harga (price) adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga merupakan jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2012). Dan pada produk scarlett

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

harga sangat terjangkau sehingga membuat konsumen puas dengan manfaat dan harga yang sudah ditentukan.

## **Keputusan Pembelian**

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:485) mendefinisikan suatu keputusan pembelian “sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif”. Pada titik dalam proses pembelian, konsumen harus berhenti mencari dan berhenti mengevaluasi dalam mengambil keputusan pembelian. Untuk hasil kegiatan evaluasi alternatif, konsumen mulai mengarah pada niat beli dengan kecenderungan membeli merek tertentu.

Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2009) keputusan pembelian adalah sistem integrasi yang menggunakan serta mengkombinasikan pengetahuan dalam mengevaluasi lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya. Keputusan konsumen merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Menurut Frans Abadi Cysara (2015) indikator keputusan pembelian ada lima yaitu:

1. Tahap menaruh perhatian (*Attention*) adalah tahapan dimana kita harus bisa membuat para konsumen sadar terhadap keberadaan suatu produk tersebut. Seperti promosi menggunakan iklan cetak, tv, atau jaringan personal lainnya.
2. Tahap ketertarikan (*Interest*) dilakukan setelah berhasil meraih perhatian konsumen, dan harus dilakukan *follow up* yang baik yaitu tahapan lebih dalam memberikan informasi produk, membujuk dan mampu memberikan alasan kenapa konsumen harus membeli produk yang ditawarkan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Tahap berhasrat/berniat (*Desire*) adalah tahap memberikan penawaran yang tidak dapat ditolak oleh konsumen, serta menyakinkan konsumen agar timbul keinginan untuk membeli produk.
4. Tahap untuk memutuskan aksi beli (*Action*) adalah tahapan dimana konsumen dapat mengambil tindakan untuk memulai membeli produk.
5. Tahapan (*satisfaction*) adalah tahapan akhir dimana konsumen merasa puas dengan produk dan akhirnya memutuskan untuk membeli

## **Pengembangan Hipotesis**

### **Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian skincare**

Menurut Mowen dan Minor dalam Sumarwan (2011:45) gaya hidup merupakan pola konsumsi yang menggambarkan seseorang dalam menentukan bagaimana dia menggunakan waktu dan uang. Yang terpenting dalam melakukan gaya hidup yaitu kita dapat mengukur bahwa waktu dan uang juga dapat menentukan keputusan.

Penelitian sebelumnya terkait dengan gaya hidup salah satunya (Alfiatun, 2018) menyatakan bahwa kebutuhan pria, wanita, orang tua, dan anak-anak sangat berbeda. Terutama wanita yang selalu ingin tampil cantik dan menawan karena penampilan sangatlah penting bagi mereka. Salah satu hal yang digunakan untuk menambah penampilan wanita adalah kosmetik dan *skincare*. (Triyoga et al., 2019). Dengan demikian, penelitian menduga bahwa semakin positif gaya hidup pada suatu produk maka keputusan membeli semakin tinggi. Maka penulis merumuskan hipotesis pertama yaitu:

**H1:**Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap niat membeli produk *skincare*

**Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian skincare**

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada produk yang menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus sebagai produk halal. Produk dapat dipasarkan apabila produk tersebut telah mendapatkan sertifikat halal oleh BPPOM MUI (Rangkuti 2010:8).

Penelitian terdahulu (Yuswohady, 2015:23) menyatakan bahwa pencantuman label halal ditujukan agar konsumen mendapatkan perlindungan dan kenyamanan atas pemakaian produk tersebut. Dengan demikian pengaruh label halal sangat menentukan keputusan pembelian sebuah produk.

**H2:** pengaruh label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *skincare*

## **Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *skincare***

Harga adalah aspek penting untuk mendorong niat beli terhadap suatu produk, menurut Resti dan Soesanto (2016) harga merupakan faktor penting yang dapat menciptakan niat membeli suatu produk atau jasa.

Harga sangat berpengaruh secara positif terhadap keputusan membeli menurut peneliti terdahulu Mahendra dan Wardana (2021). Penelitiannya membuktikan bahwa *price* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membeli adinata dan Yasa (2018). Hal ini menimbulkan bahwa semakin positif pengaruh harga pada sebuah produk maka keputusan membeli semakin tinggi. Maka penulis merumuskan hipotesis ketiga yaitu:

**H3:** Pengaruh harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *skincare*

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## METODE PENELITIAN

### Ruang Lingkup Penelitian

Pada riset (penelitian) akan dilaksanakan di Yogyakarta dengan responden masyarakat umum. Penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian *skincare scarlett* ”**(Studi kasus *skincare scarlett*) akan dilakukan di Yogyakarta. Berbagai jenis produk *skincare* dengan setiap keunggulannya sehingga peneliti tertarik dengan penelitian ini.

### Sampel Penelitian

Penelitian memilih masyarakat dari usia 15 tahun sampai usia >30 tahun sebagai sampel dengan kriteria responden yaitu pengguna aktif *skincare scarlett*. Peneliti akan menggunakan metode *purposive sampling* yang digunakan pada penelitian ini yaitu masyarakat umum.

### Jenis Data

Data primer (*primary data*) digunakan sebagai sumber pada penelitian ini. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya. Penelitian ini berupa kuesioner yang berisi pernyataan tentang label halal, gaya hidup, harga serta keputusan pembelian yang di dapatkan dari tanggapan responden. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* alasan menggunakannya karena sesuai untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi sugiyono (2016). Kriteria dalam *purposive sampling* yang digunakan dalam kuesioner ini adalah jenis kelamin yaitu perempuan dan laki-laki, usia yaitu 15 - >30 tahun, pendidikan terakhir yaitu SMA/SMK/Sederajat, S1, S2, S3 dan yang lain, pendapatan yaitu <Rp 1.0000.000, Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, dan >Rp 3.000.000.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **Sumber Data**

Peneliti menggunakan metode kuesioner, yaitu menyebarkan pernyataan-pernyataan yang didistribusikan melalui media *online* seperti Gooogle Forms. Peneliti menggunakan skala *likert* yaitu pengukuran dengan menyatakan respon setuju atau tidak setuju. Tingkat skala *likert* menggunakan lima kriteria yang menggambarkan responden sangat tidak setuju sampai menggambarkan sangat setuju.

## **Metode dan Teknik Analisis**

### **Uji Instrumen**

### **Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk dapat memastikan bahwa pernyataan yang dibuat dalam kuesioner dapat menunjukkan dimensi yang akan diukur (Alghifari, 2017). Peneliti menggunakan rumus *Product Moment Pearson Correlation* dengan nilai  $< 0,05$  maka dinyatakan valid.

### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah suatu kuesioner bersifat reliabel atau tidak. Ghazali (2018) berpendapat bahwa kuesioner yang reliabel diperoleh dari tanggapan responden yang bersifat stabil. Data penelitian dapat dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* minimal 0,6 (Alghifari, 2017).

### **Uji Asumsi Klasik**

### **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen dan variabel independen di dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Peneliti menggunakan *Normal Probability* plot dan model *Kolmogrov-Smirnov* atau yang dikenal dengan *K-S Test*

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sebagai ketentuan dalam menguji normalitas. Algifari (2017) berpendapat bahwa data penelitian dikatakan berdistribusi normal apabila tingkat signifikansi  $> 0,05$ .

## Uji Multikolinearitas

Mengetahui model regresi terdapat korelasi yang tinggi antar variabel bebas maka diperlukan uji multikolinearitas. Model regresi yang baik jika tidak terdapat hubungan antar variabel (Ghozali, 2018). Peneliti menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk mengetahui masalah multikolinearitas. Hasil dari nilai VIF  $\geq 0,10$  dan *tolerance*  $\leq 0,10$  artinya terjadi multikolinearitas.

## Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas dengan rank spearman yaitu jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

### 3.5.3 Uji Model

#### 3.5.3.1 Uji F

Tujuan penggunaan uji simultan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen (Algifari, 2017). Dasar ketentuan uji simultan jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , maka dikatakan semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen, sebaliknya, jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka bisa dikatakan semua variabel independen tidak mampu menjelaskan variabel dependen.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **Koefesian determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur berapa besar variabel independen mampu mendefinisikan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai nol hingga satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil artinya variabel independen memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variabel dependen.

## **Uji Hipotesis**

### **Analisis Regresi Berganda**

Tujuan analisis regresi berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Algifari, 2017). Peneliti menggunakan uji regresi berganda guna menguji hipotesis mengenai pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian. Persamaan regresi pada penelitian ini:

### **Uji T (Uji Parsial)**

Tujuan uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Menurut Ghozali (2018) tujuan dari uji parsial ditetapkan dengan ketentuan tingkat nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka hipotesis diterima dan jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka hipotesis ditolak.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

#### Responden Berdasarkan Usia

Responden usia yaitu 110 responden dengan 97% persentase dimulai dari usia 15-25 tahun, 3 responden dengan 3% persentase berusia 26-35 tahun, dan umur 36 tahun keatas tidak ada responden. Persentase yang terbesar diperoleh dari responden yang berusia 15-25 tahun.

#### Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir SMK/SMA/Sederajat memiliki persentase 58%, pendidikan diploma memiliki responden 6 mendapatkan persentase 5%, pendidikan S1 dengan responden 39 memiliki 35% persentase, pendidikan S2 dengan 1 responden dengan persentase 1% dan pendidikan terakhir yang lain memiliki 1 responden dengan 1% persentase. Persentase terbesar yang diperoleh pada responden dengan pendidikan terakhir SMK/SMA/Sederajat.

#### Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin perempuan 96 responden dengan persentase 85% dan jenis kelamin laki-laki mendapatkan responden sebanyak 17 dan memiliki persentase 15%. Hasil yang diperoleh, terdapat persentase terbesar pada responden jenis kelamin perempuan.

### Uji Instrumen

#### Uji Validitas

Tujuan uji validitas untuk menentukan valid atau tidak setiap item pernyataan kuesioner. Uji validitas penelitian ini menggunakan analisis Product Moment Pearson Correlations dengan ketentuan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  dan bernilai positif, maka dinyatakan valid, sebaliknya, jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  dan bernilai positif atau negatif, maka dinyatakan tidak valid. Berikut hasil uji validitas dari setiap variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini:

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Uji Reliabilitas

Tujuan uji reliabilitas untuk menguji apakah kuesioner bersifat reliabel atau tidak. Pengujian data dilakukan dengan mengukur besarnya Cronbach's Alpha. Data ini disebut reliabel jika nilai Cronbach's Alpha minimal 0,6.

## Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas untuk menguji data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan adalah *Probability Plot* dan *Kolmogorov Smirnov*. Berikut hasil uji normalitas *Probability Plot*:

Pada grafik tersebut dapat dilihat pola garis dengan titik-titik mendekati dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa pengujian menggunakan *Normal Probability Plot* memenuhi syarat asumsi normalitas dan berdistribusi normal.

Dari hasil uji *Kolmogorov Smirnov*, 0,294 adalah tingkat signifikansi yang diperoleh. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dapat berdistribusi normal karena memiliki tingkat signifikansi lebih besar daripada 0,05.

## Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan guna menguji apakah terdapat korelasi antara variabel bebas. Nilai *tolerance* dan nilai VIF digunakan untuk melihat apakah ada atau tidak masalah multikolinearitas. Masalah multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  dan nilai VIF  $\geq 10$ , sebaliknya nilai *tolerance*  $\geq 0,10$  dan nilai VIF  $\leq 10$  maka tidak terjadi masalah multikolinearitas. Asumsi ini dikatakan baik apabila tidak terjadi masalah multikolinearitas,

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan dan ke pengamatan lainnya. Data penelitian yang baik adalah tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

## Uji Kualitas Model

### Uji F

Tujuan uji F menguji apakah variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen. dalam uji ini nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , dapat dikatakan semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen, jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , semua variabel independen tidak mampu menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan tabel di atas, variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen karena lebih kecil dari 0,05 nilai signifikansinya.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Pada table ini hasil uji koefisien determinasi:

Hasil perhitungan untuk nilai *Adjusted R Square* diperoleh 0,685. Berarti 68,5% keputusan pembelian *skincare* scarlett (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Gaya Hidup (X1), Label Halal (X2), dan Harga (X3), sedangkan sisanya yaitu sebesar 32,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diujikan dalam penelitian ini, misalnya, *locus of control*, efikasi diri, dan pendidikan kewirausahaan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Analisis Regresi Berganda

Tujuan analisis regresi berganda adalah menganalisis hipotesis tentang pengaruh Gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian.

Keterangan:

1. Konstanta sebesar 2,271 dijelaskan pada variabel (X1), (X2) dan (X3) nilainya adalah nol, maka nilai (Y) adalah 2,271.
2. Nilai koefisien regresi variabel (X1) bernilai positif yaitu 0,415. Ini menjelaskan jika variabel bebas lainnya memiliki nilai yang tetap dan variabel gaya hidup mengalami kenaikan satu satuan, maka (Y) mengalami peningkatan 0,415.
3. Variabel (X2) memiliki koefisien regresi bernilai positif yaitu 0,217. ini menggambarkan jika variabel bebas lainnya memiliki nilai yang tetap dan variabel label halal mengalami kenaikan, maka (Y) mengalami peningkatan 0,217.
4. Variabel (X3) memiliki koefisien regresi positif yaitu 0,415 yang artinya apabila variabel bebas lainnya memiliki nilai yang tetap dan variabel harga mengalami kenaikan satu satuan, maka (Y) mengalami peningkatan 0,415.

## Uji Parsial (Uji t)

Tujuan uji parsial untuk mengetahui jika variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Variabel independen dikatakan berpengaruh jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , dan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$ . Berikut adalah hasil uji parsial (uji t):

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## 1. Pengaruh Gaya hidup (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Variabel gaya hidup memiliki nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Ini dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama dinyatakan didukung.

## 2. Pengaruh label halal (X2) terhadap keputusan pembelian(Y)

Variabel label halal memiliki nilai signifikansi  $0,022 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis kedua didukung.

## 3. Pengaruh harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)

Variabel harga memiliki signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## Pembahasan

### **Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian**

Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian didukung oleh gaya hidup menurut Sunarto dalam silvia (2009;93) menunjukkan bagaimana orang hidup, membelanjakan uang dan mengalokasikan waktu mereka dan menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup diartikan sebagai pengklasifikasian konsumen berdasarkan *activities* (aktivitas), *interest* (minat) dan *opinion* (opini). Menurut Sunarto dalam Silvia (2009;93)

### **Pengaruh Label halal terhadap keputusan pembelian**

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Signifikan terhadap keputusan pembelian dan label halal berpengaruh positif. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Stanton (Suryani, 2008) label merupakan bagian dari produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Label juga bisa menjadi dari bagian kemasan atau pula etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk. Perlunya sebuah label halal dalam menentukan keputusan pembelian.

## 1. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian berdasarkan teori menurut Kotler dan Armstrong (2001: 439) merupakan sejumlah uang akan dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukar konsumen berdasarkan manfaat karena menggunakan produk atau jasa tersebut.

## Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis penelitian serta pembahasan di bab empat sehingga disimpulkan :

1. Gaya hidup sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian *skincare* scarlett. Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup setiap orang berbeda-beda. Hal ini menunjukkan bahwa dalam menentukan keputusan pembelian harus memiliki gaya hidup yang sesuai dengan kebutuhannya.
2. Label halal berpengaruh positif pada keputusan pembelian. Ketika memiliki usaha, seseorang harus memiliki pemahaman yang baik mengenai sebuah produk. seperti adanya rasa percaya diri, berani mengambil risiko, semangat kerja yang tinggi dan yang paling penting mampu melihat peluang yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan sebuah produk seperti mengetahui label halal itu sangat penting.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Harga berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya pengetahuan yang dimiliki, semakin tinggi juga keinginan seseorang untuk mencapai sesuatu. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang ingin menentukan harga terhadap sebuah produk harus memahami berbagai pasar.

## Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh, maka saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Mahasiswa diharapkan setelah lulus tidak hanya berorientasi sebagai pekerja kantoran, namun juga dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang akan berguna untuk membantu pemerintahan.
2. Penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan lebih banyak variabel independen penelitian sebelumnya yang belum diteliti di dalam penelitian ini. Kemudian menambahkan jumlah responden yang diteliti lebih banyak.
3. Penelitian dari sampel ini lebih banyak didominasi oleh mahasiswa STIE YKPN Yogyakarta, untuk peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas sampel agar hasil penelitian dapat lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

luthfan fazari harsanto dan drs. Wahyu Hidayat, M. (2017). Pengaruh Kualitas produk, Harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Jurnal administrasi bisnis, 1-12.

Wahyu Hidayat, M. dan LF. Harsanto (2017). Pengaruh Kualitas produk, Harga dan lokasi

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

terhadap keputusan pembelian. jurnal administrasi bisnis , 1-12.

Sumirat, D. H. (2014, September). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Smartphone Blackberry Z10 pada Clobal Teleshop Cabang BEC Bandung. *JBTUNIKOMPP* , 10 file.

Harsanto, W. H. (2017). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian (pada UKM martabak Mas Ipung Di Perumahan Plamongan Indah Semarang. *ilmu bisnis* , 6, 340-351.

Suprihhadi, H. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di cafe Jalan Korea .

Nugrahanto, N. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh .

Melati, I. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Jafra skincare .

Ida Ayu Harmaita Wujayanti, N. K. (2012, 2013). pertimbangan saat beli hp Blackberry. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Handphone Blackberry Dengan Merek Sebagai Pemoderisasi , 639-653.

Farikoh, H. (2011). Skripsi Program Studi Ruguler (1). Analisis Pengaruh Faktor -Faktor psikologi terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Nokia Di Semarang.

Asrina. (2016). (Studi Kasus Pada Giant). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Di Kota Makassar .

Alfian, I. (2017). Skripsi. Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan {Pembelian Di Kota Medan .

Zumrotun, S. (2019). *Skripsi Pengaruh Label Halal, Budaya, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di pasar Bitingan Kudus.*

Montolalu, N. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening Pada Platform Digital