

## Pengaruh Sertifikasi Halal dan Izin Edar BPOM terhadap Minat Beli Kosmetik pada Mahasiswi

Mega Lestari<sup>1</sup>, Idris Parakkasi<sup>2</sup>, Muhammad Nasri Katman<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

[megamarzaa@gmail.com](mailto:megamarzaa@gmail.com)<sup>1</sup>, [idris\\_parakkasi12@yahoo.com](mailto:idris_parakkasi12@yahoo.com)<sup>2</sup>

[muh.nasri@uin-alauddin.ac.id](mailto:muh.nasri@uin-alauddin.ac.id)<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*Whether we realize it or not, in everyday life, women's needs can't be separated from cosmetics and other beauty products to support their appearance. The increasing public interest in beauty trends encourages the cosmetic industry to develop rapidly. The desire of women to always look beautiful invites actors who are not responsible for creating or trading cosmetics that do not meet the circulation regulations. Basically, this research was conducted with the aim of knowing the effect of halal certification and BPOM distribution permit on the buying interest of female students. This study uses descriptive analysis techniques with a quantitative approach. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Islamic Business, Alauddin State Islamic University, Makassar. In determining the sample using the formula from Krijie and Morgan with a total sample of 336 respondents. IBM Statistics SPSS 25 was used as the data analysis method in this study. From the research process, it was found that halal certification had an effect on student cosmetic buying interest. Meanwhile, the distribution permit of BPOM also influences the cosmetic buying interest of female student.*

**Keywords :** Halal certification, BPOM Circulation Permit, Buying Interest, Cosmetics.

### ABSTRAK

Disadari atau tidak, dalam kehidupan sehari-hari kebutuhan wanita tidak dapat lepas dari kosmetik maupun produk kecantikan lainnya untuk menunjang penampilan. Semakin meningkatnya minat masyarakat terhadap *trend* kecantikan mendorong industri kosmetik untuk berkembang secara pesat. Kemauan wanita untuk senantiasa tampak cantik mengundang pelaku yang tidak bertanggungjawab menciptakan ataupun memperjual belikan kosmetik yang tidak penuh ketentuan edar. Pada dasarnya, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengetahui pengaruh antara sertifikasi halal dan izin edar BPOM terhadap minat beli mahasiswi. Penelitian ini menggunakan Teknik analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswi fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Pada penentuan sampel menggunakan rumus dari Krijie and Morgan dengan total sampel 336 orang responden. IBM Statistik SPSS 25 digunakan sebagai metode analisis data dalam penelitian ini. dari proses penelitian yang dihasilkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli kosmetik pada mahasiswi. Sementara izin edar BPOM ikut berpengaruh signifikan terhadap minat beli mahasiswi.

**Kata kunci :** Sertifikasi halal, Izin Edar BPOM, Minat Beli, Kosmetik.

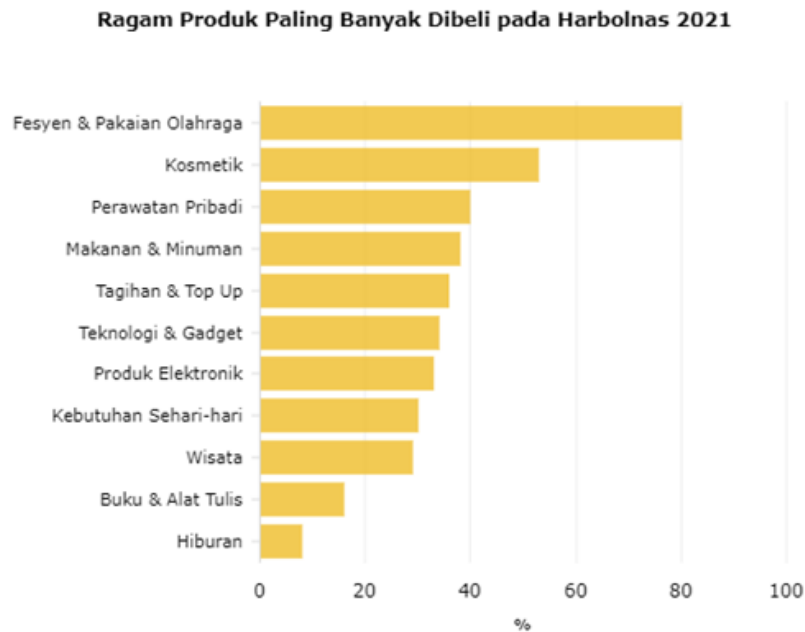
### PENDAHULUAN

Saat ini arus informasi yang diperoleh konsumen terus berkembang secara pesat sehingga turut mempengaruhi pola konsumsi konsumen. Disadari atau tidak, dalam kehidupan sehari-hari kebutuhan wanita tidak dapat lepas dari kosmetik maupun produk kecantikan lainnya untuk menunjang penampilan. Produk

penunjang inilah yang dipakai hampir oleh semua perempuan dari bangun tidur sampai menjelang tidur (Pratama & Suwanto, 2021). Oleh sebab itu, banyak industri kosmetik terkini yang bermunculan dan berupaya membagikan inovasi pada tiap produk untuk menjajaki tren kecantikan, demi untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan (Hayet, 2019). Seiring dengan meningkatnya jumlah populasi usia muda atau yang saat ini dikenal dengan sebutan Gen Z (Generasi Z) merupakan sasaran utama bagi industri kosmetik, di mana tidak hanya wanita tetapi saat ini tidak sedikit pria juga gemar menggunakan produk kecantikan (Hidayat dan Resticha, 2019).

Semakin meningkatnya minat masyarakat terhadap *trend* kecantikan mendorong industri kosmetik untuk berkembang secara pesat. Kemauan perempuan senantiasa tampak cantik mengundang pelaku yang tidak bertanggungjawab menciptakan ataupun memperjual belikan kosmetik yang tidak memenuhi ketentuan edar (Verz, 2021). Salah satu industri yang sukses menguasai pasar dalam negeri dan sedang bertumbuh pesat yaitu industri kosmetik (Ella, 2018). Bisnis kosmetik saat ini memang cukup menarik perhatian banyak orang karena telah terbukti dengan meningkatnya penjualan kosmetik hampir di seluruh platform *E-commerce* yang telah dipengaruhi oleh pandemi Covid-19 mampu mengubah pola belanja masyarakat dari *offline* menjadi *online* selama tujuh bulan pertama pandemi. Data Badan Pusat Statistik telah mencatat peningkatan 480% transaksi *online*, sehingga pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab dengan mudah memanfaatkan situasi ini untuk memasarkan kosmetik berbahaya atau ilegal di berbagai *marketplace* (BPOM, 2020). Solihin Sofyan sebagai ketua umum Perhimpunan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetik Indonesia (PPAK) menaksirkan hampir 85% produk kosmetik yang diperjual belikan di pasaran masuk dalam kategori ilegal yang disebabkan oleh banyaknya pemasaran produk kosmetik asing lewat *marketplace* ataupun dengan cara daring, perihal ini bisa diamati pada diagram di bawah yang membuktikan jika kosmetik ada pada posisi kedua dengan persentase 50% pemasaran paling banyak dibandingkan produk lainnya. Produk ilegal ini dikategorikan menjadi dua bagian, yakni kosmetik mempunyai izin edar dan kosmetik dari pemalsuan produk produsen lain (Arief, 2022).

**Gambar 1. Ragam Produk Paling Banyak Dibeli pada Harbolnas 2021**



(Sumber: katadata.co.id 2022)

Hal yang disayangkan adalah tidak sedikit wanita muslim ikut terpicat untuk membeli produk kosmetik harga ekonomis dengan hasil instan serta melalaikan keamanan penggunaan produk tersebut di luar izin Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Jakarta (LPPOM-MUI). Padahal telah diketahui sertifikasi dari LPPOM MUI dan BPOM demi untuk menjamin apakah produk tersebut aman dan layak dikonsumsi oleh masyarakat umum, sehingga tidak akan menimbulkan kerusakan pada kulit yang merugikan konsumen (Khasanah dan Suliantoro, 2020). Fungsi dari sertifikasi halal juga memberikan keuntungan untuk seluruh konsumen, bukan hanya konsumen Muslim sebab tidak hanya mengenai kandungannya yang halal namun, metode pembuatan yang lebih beretika dan aman. Sertifikasi ini membagikan wewenang untuk industri dalam pemakaian label halal dicetak pada kemasan produk sehingga konsumen dapat dengan mudah mengidentifikasi produk yang akan dibelinya (Herwinda, 2020).

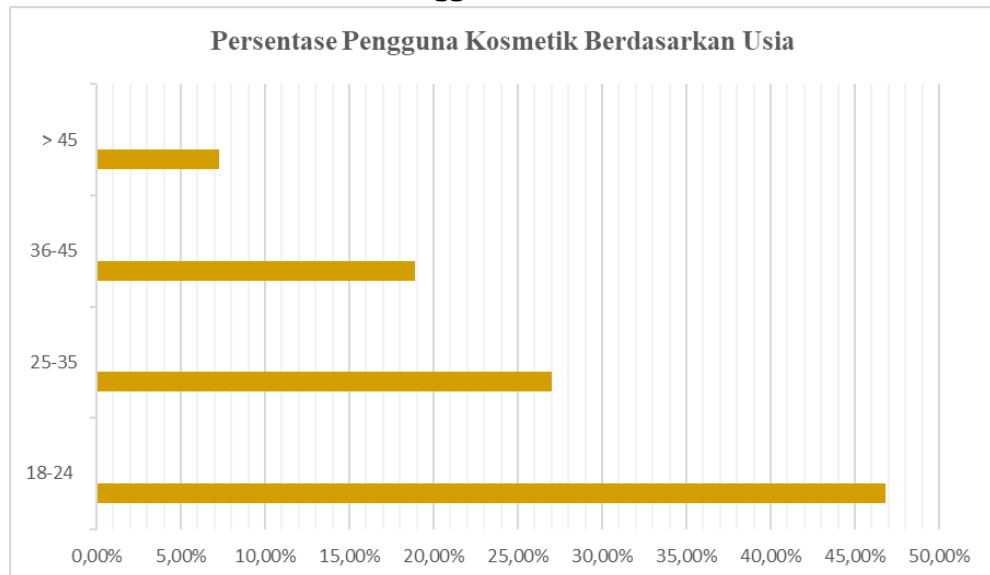
Pada tahun 2020 selama satu bulan BPOM lewat Balai Besar POM di area Jakarta di dampingi oleh Korwas Pegawai Negeri Sipil (PPNS) Polda Metro sudah menyita lebih dari 10 milyar rupiah kosmetik ilegal dengan angka penemuan barang bukti berupa 14 jenis atau 27.299 *pieces* kosmetik (BPOM, 2020). Jenis-jenis kosmetik ilegal mengandung bahan berbahaya didominasi oleh produk perawatan kulit wajah sebagai pencerah atau membuat kulit menjadi *glowing* (kosmetik HN, krim malam, krim pagi) mengandung bahan merkuri dan tidak memiliki izin edar (Sholikhah, 2019). Kelebihan merkuri dapat menyebabkan kerusakan neurologis seperti kebingungan mental, depresi, pelupa atau kekurangan energi dan keterbelakangan

pada wanita. Keterlambatan perkembangan janin, autisme dan keguguran karena kelebihan merkuri. Merkuri dalam tubuh mempengaruhi anak dari ibu hamil. Selain itu, merkuri juga dapat merusak sistem kekebalan tubuh, merusak jaringan subkutan, menyebabkan kanker kulit, dan merusak ginjal sehingga menyebabkan gagal ginjal (Jaya, 2020). Hal inilah yang kemudian menyebabkan kosmetik berbahan bahaya dilarang diedarkan karena efek samping yang akan diterima konsumen. Sama halnya dalam Al-Qur'an telah disebutkan bahwa diharamkan mengonsumsi segala hal yang buruk bagi umat muslim.

وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ

"Dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk (QS. Al-A'raf:157)".

**Gambar 2. Persentase Pengguna Kosmetik Berdasarkan Usia**



(Sumber: Nusa Research, 2020)

Berdasarkan gambar di atas hasil *research* menggunakan sampel sebanyak 2830 responden menunjukkan bahwa pengguna kosmetik paling banyak adalah usia 18-24 tahun yang diketahui berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa dengan persentase 46,8% (Nusa Research, 2020). Hal inilah yang kemudian membuat peneliti tertarik untuk menjadikan mahasiswi sebagai subjek penelitian untuk mengetahui apakah mahasiswi khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berasal dari kampus berlatar belakang Islam memperhatikan produk yang akan digunakannya telah halal dan aman?.

#### **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini menggunakan pengumpulan data metode survei atau dengan menyebarkan kuesioner yang berisi pernyataan kepada responden untuk

dijawab (Widodo, 2015). Dalam penelitian ini digunakan jenis pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif didasarkan pada pengembangan dan penggunaan statistik, data dan/atau gagasan yang berkaitan dengan topik peneliti (Sugiyono, 2010). Adapun populasi merupakan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Penentuan jumlah sampel yang dibutuhkan menggunakan tabel Krejcie dan Morgan. Tabel Krejcie dan Morgan merupakan tabel yang memudahkan peneliti dalam menentukan sampel pada populasi karena terdiri dari kolom populasi ( $N$ ) dan sampel ( $n$ ) (Arieska & Herdiani, 2018).

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan total responden terkumpul yakni 336 mahasiswi. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah dengan aplikasi komputer IBM Statistics SPSS versi 25. Variabel dalam penelitian ini yaitu sertifikasi halal ( $X_1$ ), izin edar BPOM ( $X_2$ ) dan minat beli ( $Y$ ).

Bagian ini berisi pernyataan metode penelitian yang digunakan, apakah penelitian kuantitatif atau penelitian kualitatif, atau kombinasi keduanya. Selanjutnya berisi data dan teknik sampling, waktu dan tempat penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan. Untuk penelitian kuantitatif disebutkan juga definisi variabel dan hipotesis penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Karakteristik responden mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar berdasarkan dari usia yang paling dominan adalah 21-25 tahun dengan jumlah 186 responden dan persentase 55%. Usia tersebut merupakan usia ketika orang suka mencoba hal-hal baru untuk meningkatkan penampilan mereka. Pakaian baru untuk orang dewasa, memakainya dapat meningkatkan penampilan mereka dan memberi mereka kepercayaan diri. Kepribadian yang positif membuat orang lebih mudah menerimamu dan memperlakukamu dengan baik. Untuk karakteristik responden berdasarkan semester didominasi oleh semester 8 dengan jumlah responden 99 mahasiswi dan persentase 30%. Tingkat semester yang dimiliki oleh mahasiswi akan berpengaruh terhadap pola pikirnya. Tingkat semester akan memengaruhi cara berpikir, cara pandang, bahkan persepsinya terhadap suatu kebutuhan.

Teknik pengolahan data menggunakan metode SPSS yang dilakukan melalui 4 tahap yaitu uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji analisis regresi. Data yang diolah bersumber dari hasil penyebaran kuesioner sebanyak 336 responden dan menggunakan aplikasi SPSS 25.

#### 1. Uji Kualitas Data

##### a. Uji Validasi

Untuk mengukur sebuah penelitian valid atau tidak dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu:

- 1) Nilai hitung  $>$  nilai  $r_{tabel}$ , maka penelitian dianggap valid, sedangkan jika nilai hitung  $<$  nilai  $r_{tabel}$ , maka penelitian dianggap tidak valid.

- 2) Nilai hitung sig < 0.05, maka penelitian dianggap valid, sedangkan jika nilai hitung sig > 0.05 maka penelitian dianggap tidak valid.

Diketahui bahwa peneliti memiliki 336 responden jika dilihat dari nilai  $r_{tabel}$ , maka 336 responden memiliki  $r_{tabel}$  sebesar 0,107 dengan alpha sebesar 5%. Berikut nilai  $r$  hitung berdasarkan uji validasi menggunakan SPSS 25.

**Tabel 1. Hasil Uji Validasi**

No.	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel
<b>Sertifikasi Halal (X<sub>1</sub>)</b>			
1.	X1.1	0,696	0,107
2.	X1.2	0,678	0,107
3.	X1.3	0,688	0,107
4.	X1.4	0,724	0,107
5.	X1.5	0,715	0,107
6.	X1.6	0,727	0,107
7.	X1.7	0,666	0,107
<b>Izin Edar BPOM (X<sub>2</sub>)</b>			
8	X2.1	0,731	0,107
9	X2.2	0,695	0,107
10	X2.3	0,721	0,107
11	X2.4	0,735	0,107
12	X2.5	0,749	0,107
13	X2.6	0,732	0,107
14	X2.7	0,682	0,107
<b>Minat Beli (Y)</b>			
15	Y.1	0,657	0,107
16	Y.2	0,742	0,107
17	Y.3	0,739	0,107
18	Y.4	0,778	0,107
19	Y.5	0,743	0,107
20	Y.6	0,701	0,107
21	Y.7	0,694	0,107

(Sumber: data primer yang diolah, 2022)

Berdasarkan tabel di atas, secara keseluruhan nilai *Pearson Correlation* ( $r_{hitung}$ ) pada masing-masing variabel lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu 0,107, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pernyataan pada masing-masing variabel dinyatakan **valid**.

**b. Uji Realibilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi pengukuran apakah alat ukur yang digunakan reliabel dan dapat diulang. Dalam hal ini, alpha Cronbach digunakan dalam uji reliabilitas, dan koefisien alpha Cronbach lebih besar dari 0,60, sehingga data yang diukur memiliki reliabilitas yang baik. Kategori koefisien reliabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) >0,80 reliabilitas sangat tinggi
- 2) >0,60 reliabilitas tinggi
- 3) >0,40 reliabilitas sedang
- 4) >0,20 reliabilitas rendah.
- 5) -1,00 reliabilitas sangat rendah (tidak *reliable*).

**Tabel 2 Ringkasan Hasil Uji Realibilitas**

No	Variabel	Croncbach's Alpha	Croncbach's Alpha yang disyaratkan
1	Sertifikasi Halal	0.824	0,60
2	Izin Edar BPOM	0.845	0,60
3	Minat Beli	0.847	0,60

(Sumber: data primer yang diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 2, nilai *Croncbach's alpha* setiap variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel **dinyatakan realibel**.

**2. Uji Asumsi Klasik**

Sampel acak sebelum analisis regresi berganda. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji korelasi, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, empat di antaranya disusun dengan menggunakan program komputer SPSS 25. Hasil analisis statistic dapat dilihat sebagai berikut:

**a. Uji Normalitas**

Uji statistik menentukan apakah variabel bebas dan variabel terikat ada dalam sampel. Model regresi yang baik adalah yang berdistribusi normal atau normal. Hasil tes uji normalitas dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

**Tabel 3. Nilai Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardized Residual
N			336
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.11521233
Most Extreme Differences	Absolute		.107
	Positive		.081
	Negative		-.107
Test Statistic			.107
Asymp. Sig. (2-tailed)			.081 <sup>c</sup>

(Sumber: data primer yang diolah, 2022)

Berdasarkan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,081 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa **data berdistribusi normal**.

**b. Uji Multikolinieritas**

Untuk menentukan apakah model penelitian menunjukkan multikolinieritas, peneliti dapat memeriksa nilai VIF (Variance Inflation Factor) untuk setiap variabel. Untuk toleransi > 0.100 dan VIF > 10, model regresi tidak mengalami multikolinieritas. Hasil penelitian dari beberapa pengujian dirangkum dalam tabel di bawah ini..

**Tabel 4. Nilai Multikolinieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	5.091	1.162		4.381	.000		
	X1	.440	.058	.425	7.634	.000	.383	2.613
	X2	.396	.055	.399	7.176	.000	.383	2.613

a. Dependent Variable: TOTAL

(Sumber: data primer yang diolah, 2022)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* 0,383 > 0,100 maka dikatakan tidak terjadi multikolinieritas. Selain itu, nilai VIF 2,613 < 10 sehingga

tidak terjadi multikolinearitas dan dapat disimpulkan kedua variabel bebas dan model regresi layak digunakan.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan varians antar residual dalam model regresi. Kelemahan utama adalah kurangnya bukti fisik. Kriteria pengujian ini adalah tidak adanya nilai heteroskedastisitas di atas 0,05. Hasil uji heteroskedastisitas dengan SPSS 25 ditunjukkan di bawah ini:

**Tabel 5. Heteroskedastisitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.986	.784		5.082	.000
Sertifikasi Halal	.027	.039	.061	.698	.485
Izin Edar BPOM	.107	.037	.248	2.865	.061

(Sumber: data primer yang diolah, 2022)

Distribusi menunjukkan bahwa apabila nilai signifikan di atas 0,05 maka distribusi penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan tabel di atas nilai signifikan  $X_1$  di atas 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sama halnya dengan  $X_1$ , nilai pada variabel  $X_2$  juga memiliki nilai yang signifikan yakni 0,061 di atas 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

**3. Uji Hipotesis**

*a. Uji Regresi Linear Berganda*

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui secara bersama-sama atau sebagian besarnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Hasil pengujian tersebut disajikan di bawah ini dalam ringkasan hasil analisis regresi berganda.

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.091	1.162		4.381	.000
X1	.440	.058	.425	7.634	.000
X2	.396	.055	.399	7.176	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

(Sumber: data primer yang diolah, 2022)

Dari hasil analisis tabel 4.12, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,091 + 0,440X_1 + 0,396X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta bernilai positif (5,091) diartikan bahwa apabila sertifikasi halal dan izin edar BPOM bernilai nol (0), maka minat beli mahasiswa mengalami peningkatan.
- 2) Nilai koefisien variabel sertifikasi halal ( $X_1$ ) adalah 0,440 menunjukkan bahwa apabila sertifikasi halal mengalami peningkatan 1% maka minat beli mahasiswa mengalami peningkatan sebesar 44%.
- 3) Nilai koefisien variabel izin edar BPOM ( $X_2$ ) adalah 0,396 menunjukkan bahwa apabila izin edar BPOM mengalami peningkatan 1% maka minat beli mahasiswa mengalami peningkatan sebesar 39,6%.

*b. Uji Parsial (t)*

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 7. Nilai Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Coefficients Beta			
1	(Constant)	5.091	1.162		4.381	.000
	X1	.440	.058	.425	7.634	.000
	X2	.396	.055	.399	7.176	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

(Sumber: data primer yang diolah, 2022)

Uji parsial dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , di mana nilai  $t_{tabel}$  untuk  $N=336$  adalah 1,967 dengan tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan tabel sebelumnya, maka hasil uji parsial dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai  $t_{hitung}$  variabel  $X_1$  (Sertifikasi Halal) adalah 7,634. Hal ini menunjukkan  $t_{hitung}$  7,634 >  $t_{tabel}$  1,967 yang berarti sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa.
- 2) Nilai  $t_{hitung}$  variabel  $X_2$  (Izin Edar BPOM) adalah 7,176. Hal ini menunjukkan  $t_{hitung}$  7,176 >  $t_{tabel}$  1,967 yang berarti Izin Edar BPOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa.

c. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan baik positif maupun negatif terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 7. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2303.728	2	1151.864	255.913	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1498.831	333	4.501		
	Total	3802.560	335			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal, Izin Edar BPOM

(Sumber: data primer yang diolah, 2022)

Uji F dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$ , di mana nilai  $f_{tabel}$  untuk  $N=366$  adalah 3,023 pada tingkat signifikan 5%. Berdasarkan hasil uji simultan di atas nilai  $f_{hitung}$  adalah 255,913. Hal ini menunjukkan nilai  $f_{hitung}$   $255,913 > f_{tabel}$  3,023 yang artinya variabel sertifikasi halal dan izin edar BPOM secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa.

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

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi menggunakan *Adjusted R Square*. Dan hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 <sup>a</sup>	.606	.603	2.12155

a. Predictors: (Constant), Sertifikasi Halal, Izin Edar BPOM

(Sumber: Data primer yang diolah, 2022)

Nilai *R Square* sebesar 0,606 artinya variabel sertifikasi halal dan izin edar BPOM berpengaruh 60,6% terhadap minat beli mahasiswa. Sedangkan 39,4% minat beli mahasiswa dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti *Ditigal Selling* kosmetik yang dijual melalui digital dapat dikenal lebih dahulu oleh konsumen sehingga mampu membuat konsumen lebih mengenal produk sebelum akhirnya membeli dan membuat konsumen merasa lebih yakin.

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh Sertifikasi halal terhadap minat beli produk kosmetik**

Berdasarkan hasil uji parsial variabel sertifikasi halal pada tabel sebelumnya, nilai  $t_{hitung}$  (7,634) lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  (1,967). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima, yang berarti sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswi hal tersebut menandakan bahwa mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis Islam memperhatikan pentingnya kehalalan suatu produk. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ella Ramadhani, di mana terdapat pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli produk kosmetik pada masyarakat kota Padang. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian sertifikasi halal memiliki koefisien regresi sebesar 0,125 yang memiliki pengaruh atau arah yang positif terhadap minat beli dan memiliki nilai signifikan  $0,045 < 0,05$ . Dengan nilai koefisien sebesar 0,125 dan signifikan 0,045 yang mengindikasikan bahwa sertifikasi memberikan *image* positif.

### **Pengaruh Izin Edar BPOM terhadap minat beli produk kosmetik**

Berdasarkan hasil uji parsial variabel izin edar BPOM, nilai  $t_{hitung}$  uji parsial  $t_{hitung}$  (7,176) lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  (1,967). Hal ini berarti hipotesis kedua diterima, yaitu izin edar BPOM berpengaruh terhadap minat beli mahasiswi pada kosmetik. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswi juga berhati-hati dalam memilih produk yang aman digunakan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnia Wati yang menyatakan bahwa izin edar BPOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. Hal ini dibuktikan dari nilai  $t_{hitung}$  6,487 >  $t_{tabel}$  1,991, nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan koefisien regresi sebesar 0,422 (Wati, 2018).

### **Pengaruh Sertifikasi halal dan izin edar BPOM terhadap minat beli kosmetik**

Berdasarkan hasil uji simultan pada tabel 4.14, nilai  $f_{hitung}$  (255,913) lebih besar dari pada nilai  $f_{tabel}$  (3,023). Hal ini berarti hipotesis ketiga diterima, yaitu sertifikasi halal dan izin edar BPOM secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kosmetik. Selain itu, hipotesis ini juga didukung oleh hasil koefisien determinasi, di mana nilai *R Square* adalah 0,606 yang berarti kedua variabel bebas berpengaruh 60,6% terhadap minat beli mahasiswi pada kosmetik dan 39,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor lain yang diperkirakan mempengaruhi minat beli pada kosmetik adalah *Digital Selling*.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh sertifikasi halal dan izin edar BPOM terhadap minat beli kosmetik pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan aplikasi SPSS 25 dan analisis data yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan yakni semua hasil uji hipotesis baik yang pertama, kedua dan ketiga saling berpengaruh. Sehingga dikatakan sertifikat halal dan izin edar BPOM berpengaruh terhadap minat

beli mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan selain dari sertifikat halal dan izin edar BPOM masih ada banyak yang mempengaruhi minat beli kosmetik oleh mahasiswi seperti adanya pengaruh *endorse dan iklan* yang mungkin sebaiknya dijadikan pertimbangan penelitian selanjutnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arief, A. M. (2022). Asosiasi Sebut 85% Kosmetik yang Beredar di RI Kategori Barang Ilegal. Retrieved March 22, 2022, from Katadata.co.id website: <https://katadata.co.id/maesaroh/berita/61ee824b03717/asosiasi-sebut-85-kosmetik-yang-beredar-di-ri-kategori-barang-ilegal>
- Arieska, P. K., & Herdiani, N. (2018). Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif. *Jurnal Statistika*, 6(2), 166–171. Retrieved from <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/statistik/article/view/4322/4001>
- Badan POM. (2020). Badan POM Ungkap Peredaran Lebih dari 10 Miliar Rupiah Kosmetik Ilegal Di Jakarta dan Jawa Barat.
- Ella, R. (2018). *Pengaruh Sertifikasi Halal Kesadaran Halal, dan Orientasi Bahan Kosmetik terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah pada Masyarakat Kota Padang*. (Universitas Negeri Padang). Universitas Negeri Padang. Retrieved from <http://repository.unp.ac.id/22142/>
- Hayet. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia). *Islamiceconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 21–38.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah. *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 40–52. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i1.1282>
- Jaya, F. (2020). Tinjauan Yuridis Terhadap Pemasaran Kosmetik Ilegal Secara Online di Indonesia. *Journal of Judicial Review*, 22(1), 98–111.
- Khasanah, M., & Suliantoro, A. (2020). *Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetik yang Tidak Terdaftar Izin Edarnya di BPOM Semarang*. (1175), 29–35.
- Nusa Research. (2020). Laporan Penelitian Makeup Routine. Retrieved May 22, 2022, from Nusa Research website: [https://nusaresearch.net/public/news/996-Laporan\\_Tentang\\_Makeup\\_Routine.nsr](https://nusaresearch.net/public/news/996-Laporan_Tentang_Makeup_Routine.nsr)
- Pratama, F., & Suwanto. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal, Label Bpom Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. *Manajemen Diversifikasi*, 1(3), 1689–1699. Retrieved from <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Sholikhah, N. (2019). *Persepsi Konsumen Terhadap Pencantuman Label Halal Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Toko Kosmetik di Pasar Induk Kajian Kabupaten*

*Pekalongan*).

- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Intro. In *Bandung Alf*. Bandung: Alfabeta.
- Verz, Z. A. (2021). *Peranan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Dalam Mengawasi Peredaran Kosmetik Berbahan Terlarang (Studi Kasus Pada BBPOM di Medan)*. Universitas Medan Area.
- Wati, K. (2018). *Pengaruh Promosi, Label Halal dan BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan)*. Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
- Widodo, T. (2015). Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa universitas Muhammadiyah Surakarta). *Skripsi. Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 13–14. Retrieved from [http://eprints.ums.ac.id/41384/22/skripsi\\_full\\_text.pdf](http://eprints.ums.ac.id/41384/22/skripsi_full_text.pdf)