

**PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK PASTA GIGI PADA MAHASISWA UNISSULA**

**Karya Tulis Ilmiah**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai gelar Sarjana Kedokteran Gigi



**Diajukan oleh**

Khofifah Amalia

31101800051

**FAKULTAS KEDOKTERAN GIGI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

**SEMARANG**

**2022**



**KARYA TULIS ILMIAH**

**PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK PASTA GIGI PADA MAHASISWA UNISSULA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Khofifah Amalia**

**31101800051**


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal 28 November 2022  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

**Susunan Tim Penguji**

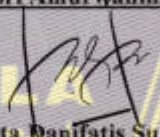
Ketua Tim Penguji

  
**drg. Kusuma Arbianti, MM**

Anggota Tim Penguji I

  
**drg. Musri Amurwaningsih, M.MedED**

Anggota Tim Penguji II

  
**drg. Tahta Danifatis Sunnah, MH.Kes**

Semarang, **14 FEB 2023**

Fakultas Kedokteran Gigi  
Universitas Islam Sultan Agung  
Dekan,



  
**Dr. drg. Yavuni Siti Rochmah, Sp. BM**

**NIK. 210100058**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khofifah Amalia

NIM : 31101800051

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tulis Ilmiah yang berjudul :

**“PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PASTA GIGI PADA MAHASISWA UNISSULA”**

Adalah benar hasil karya saya dan penuh kesadaran bahwa saya tidak melakukan tindakan plagiasi atau mengambil alih seluruh atau sebagian besar karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Jika saya terbukti melakukan tindakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Semarang, 13 Februari 2023



Khofifah Amalia



## PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Khofifah Amalia  
NIM : 31101800051  
Program Studi : Kedokteran Gigi  
Fakultas : Kedokteran Gigi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi\* dengan judul :

### **PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PASTA GIGI PADA MAHASISWA UNISSULA**

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 13 Februari 2023

Yang menyatakan,



(Khofifah Amalia)

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Tuhanmu hendaknya kamu berharap”

(Q.S Al Insyirah,6-8)

### **PERSEMBAHAN**

*Karya Tulis Ini Dipersembahkan Kepada*  
*Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Islam Sultan Agung*  
*Dosen Pembimbing dan Penguji*  
*Kedua Orang Tua dan keluarga*  
*Teman-teman FKG UNISSULA Angkatan 2018*  
*Semua Pihak yang Membantu dalam Pembuatan Karya Tulis Ilmiah*



## PRAKATA

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Alhamdulillah penulis panjatkan puji syukur khadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, dan inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya tulis ilmiah. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada baginda Muhammad SAW yang selalu penulis harapkan syafaatnya karenanya penulis mampu menyelesaikan karya tulis ilmiah ini yang merupakan salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana kedokteran gigi di Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulis ucapkan terimakasih untuk keluarga, para sahabat, orang terdekat atas kontribusi dalam segala aspek. Penulis merasa bahwa karya tulis ilmiah dengan judul **“Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Pada Mahasiswa UNISSULA”** ini bukan merupakan hasil karya tulis penulis seorang, akan tetapi juga merupakan hasil dari bimbingan dari berbagai pihak.

Penulis haturkan banyak terima kasih kepada semua pihak atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan sehingga tugas karya tulis ilmiah penulis dapat terselesaikan. Ungkapan rasa syukur penulis, mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. drg. Yayun Siti Rochmah , Sp.BM selaku Dekan Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah membantu dan memberikan izin dalam proses pengambilan data hingga karya tulis ilmiah dapat berjalan dengan lancar,

2. drg. Musri Amurwaningsih, M.edEd selaku dosen pembimbing I yang telah mempermudah berjalannya penelitian, membimbing, mengarahkan, serta memberikan waktunya untuk menyumbangkan gagasan dalam penyusunan karya tulis ilmiah dengan sabar dan penuh pengertian,
3. drg. Tahta Danifatis Sunnah, M.H.Kes selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan membantu penyusun dalam mengarahkan penulisan serta memberi arahan penyusunan karya tulis ilmiah dengan sabar dan penuh pengertian,
4. drg. Kusuma Arbianti, M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, nasihat, motivasi, kritik dan saran yang membangun dalam penulisan karya tulis ilmiah ini,
5. Seluruh dosen dan staf karyawan di Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah mendidik, membimbing, dan membantu selama menuntut ilmu di masa pendidikan sarjana kedokteran gigi,
6. Kedua orang tua yang tersayang yaitu Bapak Nur Soleh dan Ibu Aeni serta kaka Helmi Afrizal dan Rizki Amanullah yang selalu memberikan doa terbaik, kasih sayang, semangat dan dukungan agar dapat terselesaikan karya tulis ilmiah ini,
7. Sahabat-sahabat tercinta Fadly Askalani, Shilfina Rufaida, Aqila Hasna, Yufa Sekar, Sheilia Siwi, Hanna Az Zahra dan Fathimah Fitria yang selalu memberikan dukungan, waktu dan berkenan saya repotkan,
8. Para responden penelitian yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner penelitian,

9. Teman-teman Dentcisivus'18 yang selalu memberi bantuan semangat dan pengetahuan selama proses belajar di FKG UNISSULA,
10. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan yang telah membantu dalam menyelesaikan karya tulis ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa Karya Tulis Ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan dari peneliti, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan. Akhir kata, semoga Karya Tulis Ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

*Wassalamualaikum. Wr. Wb*

Semarang, November 2022

Penulis



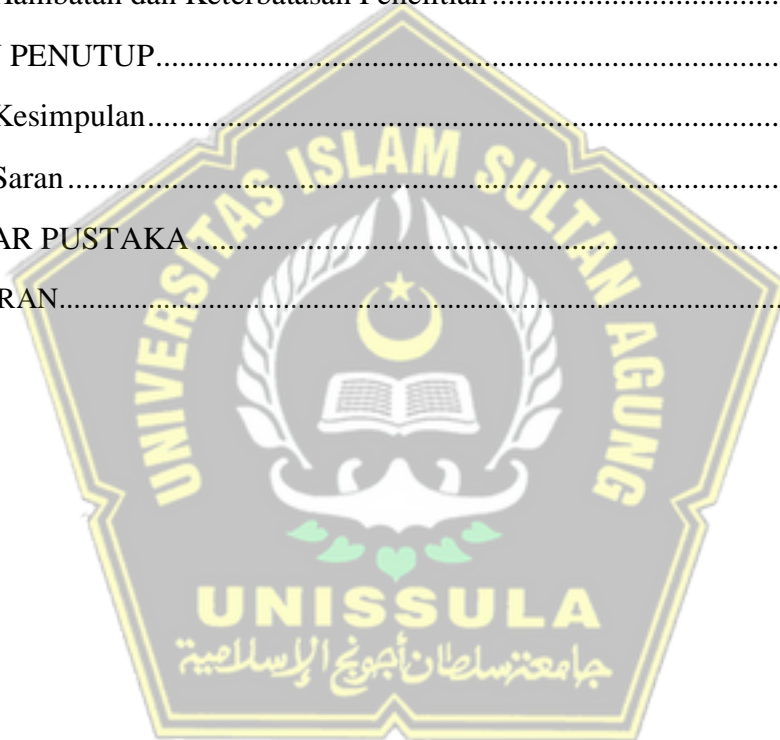


## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DAFTAR SINGKATAN .....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan.....	4
1.3.1. Tujuan Umum.....	4
1.3.2. Tujuan Khusus.....	4
1.4. Manfaatt.....	5
1.4.1. Manfaat Teoritiss .....	5
1.4.2. Manfaat Praktis .....	5
1.5. Orisinalitas Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Tinjauan Pustaka .....	9
2.1.1. Label Halal.....	9
2.1.2. Keputusan Pembelian .....	12

2.1.3. Pasta Gigi.....	19
2.2. Kerangka Teori.....	24
2.3. Kerangka Konsep Penelitian .....	24
2.4. Hipotesis .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	25
3.2. Rancangan Penelitian .....	25
3.3. Variabel Penelitian .....	25
3.3.1. Variabel Independen.....	25
3.3.2. Variabel Dependen .....	25
3.4. Definisi Operasional.....	25
3.5. Populasi Penelitian .....	26
3.6. Subjek Penelitian.....	27
3.6.1. Besar Subjek .....	27
3.6.2. Desain Pengambilan Subjek .....	28
3.7. Kriteria Inklusi dan Kriteria Eksklusi.....	29
3.7.1. Kriteria Inklusi.....	29
3.7.2. Kriteria Eksklusi .....	29
3.8. Instrumen Penelitian.....	29
3.9. Cara Penelitian.....	30
3.9.1. Persiapan Penelitian.....	30
3.9.2. Pelaksanaan Penelitian.....	31
3.9.3. Pengumpulan Data.....	32
3.10. Waktux dan Tempat penelitian.....	32
3.10.1. Waktu.....	32
3.10.2. Tempat penelitian .....	32
3.11. Analisis Hasil.....	33
3.12. Alur Penelitian.....	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	35
4.1. Hasil Penelitian .....	35
4.1.1. Karakteristik.Responden.....	35
4.1.2. Uji Validitasxdan Reliabilitas .....	38
4.1.3.Analisis Deskriptif .....	40
4.1.4.Analisis Korelasi .....	44
4.2. Pembahasan .....	44
4.3. Hambatan dan Keterbatasan Penelitian .....	53
BAB V PENUTUP.....	54
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	64



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Label Halal MUI (Alfian dan Marpaung, 2017).....	11
<b>Gambar 2.2</b> Kerangka Teori Penelitian .....	24
<b>Gambar 2.3</b> Kerangka Konsep Penelitian.....	24
<b>Gambar 3.1</b> Alur Penelitian.....	34
<b>Gambar 4. 1</b> Distribusi Usia .....	37
<b>Gambar 4. 2</b> Tingkatan Presepsi Labelisasi Halal .....	40
<b>Gambar 4. 3</b> Tingkatan Keputusan Pembelia Berdasarkan Agama.....	41
<b>Gambar 4. 4</b> Tingkatan Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
<b>Gambar 4. 5</b> Tingkatan Keputusan Pembelian Berdasarkan Usia.....	42
<b>Gambar 4. 6</b> Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenjang Pendidikan dan Domisili .....	43
<b>Gambar 4. 7</b> Piramida Kebutuhan Maslow (Bridgman dkk, 2019).....	47



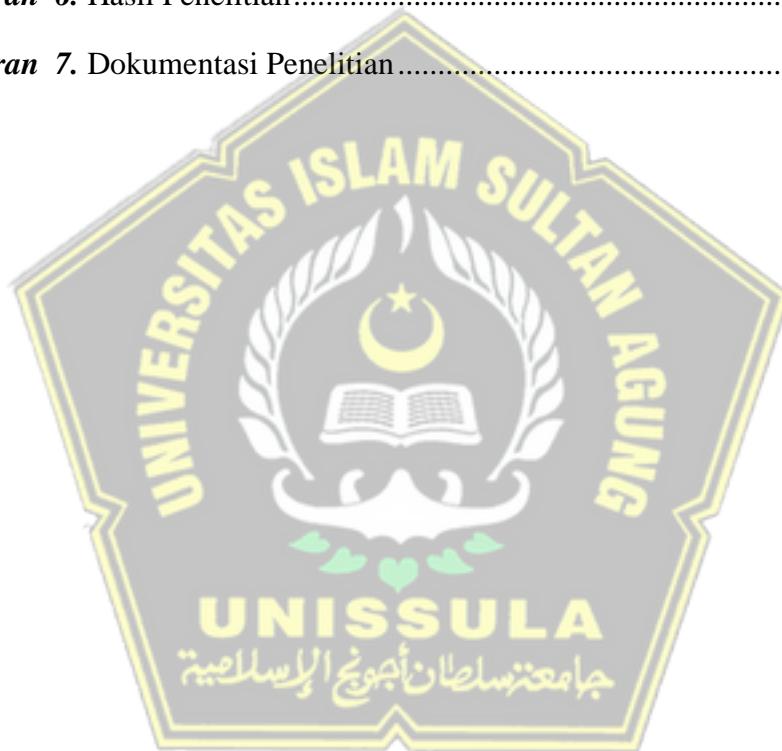
## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Orisinalitas Penelitian.....	6
<b>Tabel 3. 1</b> Jumlah mahasiswa UNISSULA .....	29
<b>Tabel 4. 1</b> Distribusi Subjek Penelitian .....	36
<b>Tabel 4. 2</b> Distribusi Jenis Kelamin, Jenjang Pendidikan, Domisili .....	36
<b>Tabel 4. 3</b> Distribusi Suku dan Agama.....	37
<b>Tabel 4. 4</b> Hasil Uji Validitas .....	38
<b>Tabel 4. 5</b> Hasil Uji Validitas .....	38
<b>Tabel 4. 6</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	39
<b>Tabel 4. 7</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	39
<b>Tabel 4. 8</b> Korelasi Variabel Labelisasi Halal dengan Keputusan Pembelian .....	44



## DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1.</i> Kuisisioner Penelitian.....	64
<i>Lampiran 2.</i> Perizinan Kuisisioner .....	66
<i>Lampiran 3.</i> Form Informed Consent (Google Form) .....	67
<i>Lampiran 4.</i> Ethical Clearance .....	69
<i>Lampiran 5.</i> Surat Izin Penelitian.....	70
<i>Lampiran 6.</i> Hasil Penelitian.....	81
<i>Lampiran 7.</i> Dokumentasi Penelitian.....	86



## DAFTAR SINGKATAN



BPOM	: Badan Pengawas Obat dan Makanan
BPS	: Badan Pusat Statistik
BUDAI	: Budaya Akademik Islam
FAI	: Fakultas Agama Islam
FBIK	: Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi
FEB	: Fakultas Ekonomi Bisnis
FH	: Fakultas Hukum
FIK	: Fakultas Ilmu Keperawatan
FK	: Fakultas Kedokteran
FKG	: Fakultas Kedokteran Gigi
FKIP	: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
FP	: Fakultas Psikologi
FT	: Fakultas Teknik
FTI	: Fakultas Teknologi Industri
HCL	: Hidrogen Klorida
IBM	: <i>International Business Machines</i>
Kemdikbud	: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
LPPOM	: Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika
MUI	: Majelis Ulama Indonesia
PDDikti	: Pangkalan Data Pendidikan Tinggi
SLS	: <i>Sodium Lauryl Sulfate</i>
SPSS	: <i>Statistical Package For The Social Sciences</i>
SWA	: <i>Speedy Whitening Agent</i>
UNISSULA	: Universitas Islam Sultan Agung
UU	: Undang-Undang

## ABSTRAK

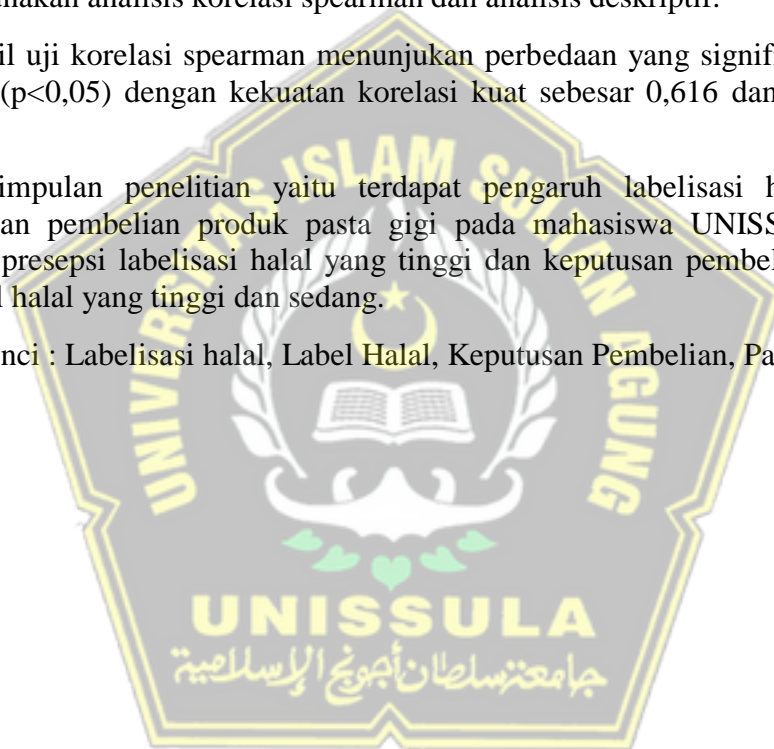
Pasta gigi merupakan bahan kebersihan gigi dan mulut yang digunakan setiap hari oleh masyarakat. Era modernisasi menyebabkan produk pasta gigi terjual bebas di pasaran. Labelisasi halal berguna untuk mengetahui pasta gigi tersebut halal dan aman sesuai dengan syariat islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pada mahasiswa UNISSULA.

Penelitian ini merupakan penelitian non eksperimental analitik observasional dengan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian diambil menggunakan teknik *cluster sampling* berdasarkan fakultas yang ada di UNISSULA. Data di analisis menggunakan analisis korelasi spearman dan analisis deskriptif.

Hasil uji korelasi spearman menunjukkan perbedaan yang signifikan dengan  $p = 0,00$  ( $p < 0,05$ ) dengan kekuatan korelasi kuat sebesar 0,616 dan arah korelasi positif.

Kesimpulan penelitian yaitu terdapat pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pada mahasiswa UNISSULA dengan tingkat persepsi labelisasi halal yang tinggi dan keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal yang tinggi dan sedang.

Kata kunci : Labelisasi halal, Label Halal, Keputusan Pembelian, Pasta gigi





## ABSTRACT

*Toothpaste is a dental and oral hygiene ingredient that is used every day by the community. The era of modernization has caused toothpaste products to be sold freely in the market. The halal labeling is useful for knowing that toothpaste is halal and safe in accordance with Islamic law. The purpose of this study was to determine the effect of halal labeling on purchasing decisions for toothpaste products for UNISSULA students.*

*This research is a non-experimental observational analytic study with a quantitative approach. The research subjects were taken using a cluster sampling technique based on the faculties in UNISSULA. The data were analyzed using Spearman correlation analysis and descriptive analysis.*

*The results of the Spearman correlation test showed a significant difference with  $p = 0.00$  ( $p < 0.05$ ) with a strong correlation strength of 0.616 and a positive correlation direction.*

*The study concludes that there is an effect of halal labeling on purchasing decisions for toothpaste products for UNISSULA students with a high level of perception of the halal labeling and high and medium halal labeled toothpaste purchasing decisions.*

*Keywords: Halal Labeling, Halal label, Purchase Decision, Toothpaste*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Zaman modern saat ini, banyak teknologi menjadi makin canggih sehingga mempermudah masyarakat untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Kemudahan mendapatkan produk juga didukung oleh perdagangan bebas tingkat regional, internasional dan global yang terjadi di Indonesia (Oktafiani dan Yahya, 2020 ; Wibowo dan Madusari, 2018). Perdagangan tersebut menyebabkan Negara Indonesia dibanjiri oleh produk-produk impor yang dikhawatirkan mengandung atau terkontaminasi unsur yang haram (Wibowo dan Madusari, 2018). Produk tersebut tentunya perlu menjadi pertimbangan yang lebih khusus bagi masyarakat Indonesia yang 85% beragama islam (Wibowo dan Madusari, 2018 ; Suryono dkk, 2019).

Pertimbangan dalam menentukan produk halal yang dipilih, bertujuan supaya menghindari kandungan bahan hewani yang diharamkan dalam islam (Oktafiani dan Yahya, 2020). Pertimbangan tersebut dijelaskan pada firman Allah dalam surah Al-Baqarah ayat 168 dan surah Al-Maidah ayat 3 :

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

Artinya : *Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi (Q.S. Al-Baqarah:168).*

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ أَلْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ  
وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبْعُ إِلَّا مَا  
ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ذَلِكُمْ فِسْقٌ  
الْيَوْمَ يَبِيسُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ  
لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنْ  
أَضْطَرَّ فِي مَخْصَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya : *Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang menyembelihnya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala (Q.S. Al-Maidah:3).*

Kehalalan produk yang dikonsumsi sebagai makanan maupun kosmetik merupakan aspek yang penting bagi umat muslim (Mahmud, dan Pratiwi, 2019). Mengonsumsi produk halal dapat terhindar dari kerugian batin dan lahir. Berdasarkan kerugian lahir, mengonsumsi produk dengan kandungan yang dipertanyakan bisa menjadi tidak sehat, dan menimbulkan dosa (Wibowo dan Madusari, 2018). Upaya untuk mempermudah mengetahui produk tersebut halal, tidak cukup hanya melihat produk lulus BPOM saja melainkan harus mengetahui bahwa produk tersebut bersertifikat dan memiliki label halal (Oktafiani dan Yahya, 2020).

Labelisasi halal merupakan tanda bahwa produk tersebut telah lulus dari uji kehalalan (Aspan dkk, 2017). Pemberian sertifikat dan labelisasi halal pada makanan, minuman, *drugs* maupun kosmetika yang bertujuan untuk memastikan status halal supaya konsumen memiliki rasa tenang saat mengonsumsi (Bulan dkk, 2018). Berdasarkan sertifikasi LPPOM MUI, tahun 2011-2018 hanya

terdapat 9,6 persen produk yang tersertifikasi halal sedangkan sisanya masih belum memiliki sertifikasi halal (Faridah, 2019).

Kedokteran gigi merupakan salah satu bidang pelayanan kesehatan yang terkadang tanpa disadari menggunakan obat dan material yang diharamkan oleh syariat islam (Suryono dkk, 2019). Contoh material yang tidak halal yaitu bahan restorasi, bahan profilaksis gigi, bahan cetak yang mengandung gelatin yang berasal dari *porcine* maupun *bovine* (Irfanita dkk, 2017). Bahan lain seperti gliserol yang terkandung dalam pasta gigi juga masih diragukan, karena gliserol dapat berasal dari minyak nabati atau lemak hewani yang tidak diketahui halal atau tidak (Knakes, 2020).

Pasta gigi merupakan bahan yang digunakan hampir setiap hari oleh masyarakat untuk menggosok gigi (Listriana, 2017). Pasta gigi merupakan contoh dari kosmetik yang pengaplikasiannya dimasukan kedalam rongga mulut, oleh karena itu diharamkan bila pasta gigi dan atau bulu sikatnya mengandung atau berasal dari bahan yang haram (Knakes, 2020). Masa sekarang pasta gigi sudah menjadi salah satu produk dengan pasaran terluas, sehingga perlu adanya pertimbangan dalam keputusan pembelianya (Nawaly dkk, 2019;Sudhakar dkk, 2019).

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses untuk memutuskan apa yang dibeli, dalam hal ini dapat dipengaruhi oleh pencarian informasi (Aspan dkk, 2017). Semakin banyak pencarian informasi yang dilakukan maka semakin yakin dan percaya diri terhadap produk yang dipilih (Awaiz dkk, 2019). Pencarian informasi pada produk dapat dilakukan dengan melihat atribut produk,

salah satu contohnya yaitu label halal (Wibowo dan Madusari, 2018). Labelisasi halal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena konsumen islam lebih memilih produk yang dinyatakan halal daripada produk yang belum dihalalkan oleh pihak berwenang (Rakhi, 2019). Menurut penelitian Dewi (2013) dalam Rakhi (2019) menyebutkan terdapat pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian pada produk makanan, serta keberadaan label halal pada makanan dapat memberikan nilai positif dan pengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian pasta gigi.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pada mahasiswa UNISSULA ?

## **1.3. Tujuan**

### **1.3.1. Tujuan Umum**

Mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pada mahasiswa UNISSULA.

### **1.3.2. Tujuan Khusus**

- a. Mengetahui tingkat persepsi labelisasi halal produk pasta gigi pada mahasiswa UNISSULA.
- b. Mengetahui tingkat keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal berdasarkan faktor yang mempengaruhinya pada mahasiswa UNISSULA.

## **1.4. Manfaat**

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi pengembangan ilmu pengetahuan lebih lanjut khususnya promosi kesehatan untuk membantu masyarakat dalam memutuskan pemilihan produk pasta gigi berdasarkan label halal.
- b. Bagi masyarakat, dapat menambah pengetahuan baru tentang pentingnya mengetahui label halal pada pasta gigi sebelum memutuskan membeli produk yang akan dipilih.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi dokter gigi, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan landasan untuk meningkatkan peran dokter gigi sebagai edukator kesehatan di masyarakat terutama mengenai labelisasi halal pada pasta gigi.
- b. Hasil penelitian tersebut diharapkan bisa menjadi motivasi bagi masyarakat untuk lebih teliti lagi dalam memutuskan produk pasta gigi yang akan dipilih.

## 1.5. Orisinalitas Penelitian

Tabel 1.1 Orisinalitas Penelitian

Peneliti	Judul	Perbedaan
(Rakhi, 2019)	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia)	Penelitian sebelumnya memiliki variabel independen labelisasi halal, dan variabel dependen keputusan pembelian produk kosmetik dengan subjek responden usia 15-64 tahun di Kota Pontianak, Kalimantan Barat. Penelitian ini memiliki variabel independen labelisasi halal dan variabel dependen keputusan pembelian pasta gigi pada mahasiswa UNISSULA sebagai subjek.
(Oktafiani dan Yahya, 2020)	Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Surabaya	Penelitian sebelumnya memiliki variabel independen pengaruh kualitas produk, harga, label halal dan variabel dependen keputusan pembelian produk kosmetik wardah dengan subjek konsumen kosmetik wardah di Surabaya. Penelitian ini memiliki variabel independen labelisasi halal dan variabel dependen keputusan pembelian pasta gigi pada mahasiswa UNISSULA sebagai subjek.
(Wibowo dan Madusari, 2018)	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota	Penelitian sebelumnya memiliki variabel bebas labelisasi halal dan variabel terikat keputusan pembelian oleh konsumen muslim

	Pekalongan	dengan subjek konsumen muslim di Kota Pekalongan. Penelitian ini memiliki variabel independen labelisasi halal dan variabel dependen keputusan pembelian pasta gigi pada mahasiswa UNISSULA sebagai subjek.
(Aspan dkk, 2017)	<i>The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City)</i>	Penelitian sebelumnya memiliki variabel pengaruh label halal, kesadaran halal, harga produk dan merek produk. Variabel dependen keputusan pembelian produk kosmetik dengan subjek penelitian konsumen kosmetik sari ayu di Kota Binjai. Penelitian ini memiliki variabel independen labelisasi halal dan variabel dependen keputusan pembelian pasta gigi pada mahasiswa UNISSULA sebagai subjek.
(Awaiz dkk, 2019)	<i>Factors influencing consumers' choices of oral hygiene products: A cross-sectional study</i>	Penelitian sebelumnya memiliki variabel independen kemasan produk, media iklan, persepsi, pengalaman dan variabel dependen pemilihan produk keberishan mulut oleh konsumen dengan subjek pasien yang datang ke departemen rawat jalan Sheikh Zayed, Lahore, Pakistan. Penelitian ini memiliki variabel independen labelisasi halal dan variabel dependen keputusan



		pembelian pasta gigi pada mahasiswa UNISSULA sebagai subjek.
(Kaur dkk, 2018)	<i>Is Halal A Priority In Purchasing Cosmetics In Malaysia Among Muslim Malaysia Women?</i>	Peneliti sebelumnya memiliki variabel independen halal produk dan variabel dependen pembelian kosmetik dengan subjek penelitian wanita muslim Malaysia dipusat belanja alamanda dan <i>IOI city shopping mall</i> . Penelitian ini memiliki variabel independen labelisasi halal dan variabel dependen keputusan pembelian pasta gigi pada mahasiswa UNISSULA sebagai subjek.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1. Label Halal

a. Label

1) Pengertian Label

Label merupakan identitas dari sebuah produk, yang berupa tulisan, gambar atau kombinasi keduanya yang disematkan pada wadah atau produk dengan cara dimasukkan ke dalam, ditempelkan atau dicetak pada kemasan produk (Astri dan Heri, 2018). Label produk dapat membawa informasi verbal secara utuh mengenai isi dari wadah atau kemasan produk tersebut (Sahir dkk, 2018). Label produk sekurang-kurangnya harus memuat nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluarsa, kandungan produk dan legalitas. (Wibowo dan Madusari, 2018).

2) Fungsi Label

Label memiliki fungsi, ialah :

- a) Identifikasi : label bisa mengenalkan atau menampilkan produk
- b) *Value* : label bisa menunjukkan kelas maupun nilai sebuah produk
- c) Deskripsi (menggambarkan) : label dapat memberikan gambaran seperti kelas atau nilai sebuah produk (Wibowo dan Madusari, 2018).

## b. Pengertian Halal

Istilah halal merupakan kata dalam bahasa Arab, yang berarti diizinkan atau boleh secara agama islam. Pasangan halal adalah thoyyib (baik) yaitu sehat dari segi mutu, kebersihan dan telah diuji secara ilmiah (Aspan dkk, 2017). Arti lain halal merupakan apapun yang bila digunakan atau dilakukan, tidak menyebabkan dosa atau hukuman dan semua yang diperbolehkan harus sesuai dengan syariat yang berlaku. Istilah halal tidak hanya digunakan dalam hal makan atau minuman, namun dalam konteks yang lebih luas istilah halal dapat merujuk ke istilah yang baik seperti aktivitas, tingkah laku, maupun cara berpakaian (Widyaningrum, 2017;(Salim dkk, 2021). Syarat halal menurut islam adalah halal zatnya, cara memperoleh, cara memproses, penyimpanan, pengangkutan atau distribusi, dan cara penyajiannya (Widyaningrum, 2017).

## c. Label Halal

### 1) Pengertian Label Halal

Label halal menurut UU nomer 30 tahun 2014 tentang jaminan produk halal bahwa yang dimaksud label halal adalah tanda kehalalan suatu produk yang artinya produk tersebut berstatus halal (Millatina dkk, 2022). Label halal suatu produk bisa ditampilkan di kemasan produk jika produknya sudah mendapat sertifikat BPPOM MUI. Sertifikat label halal memiliki tujuan guna memberi perlindungan terhadap konsumen dan kepastian hukum. (Wardani, 2019).

Merujuk pada PP pasal 10 Nomor 69, semua produsen atau distributor bahan pangan, obat-obatan maupun kosmetika yang diproduksi dan diedarkan ke seluruh daerah di Indonesia untuk diperjual belikan harus memberikan kejelasan bahwa produk tersebut halal dengan memiliki sertifikasi dan label halal (Widyaningrum, 2017). Berikut gambar label halal berdasarkan terbitan dari MUI :



**Gambar 2.1** Label Halal MUI (Alfian dan Marpaung, 2017)

## 2) Manfaat Label Halal

Label halal merupakan tanda dari sertifikat MUI yang menyatakan jika produk tersebut halal berdasarkan syariat islam (Oktafiani dan Yahya, 2020). Manfaat label halal bagi konsumen khususnya konsumen muslim yaitu :

### a) Melindungi umat islam dalam menjalankan agamanya

Umat muslim diwajibkan menggunakan produk pangan maupun kosmetik yang diperbolehkan dalam islam (Wibowo dan Madusari, 2018). Menggunakan produk maupun memakan makanan sesuai dengan syariat agama dapat mendatangkan kebaikan serta mengurangi terjadinya kemudharatan bagi umat muslim (Ilyas, 2017). Namun banyaknya isu makanan dan produk yang tidak halal menjadikan umat muslim ragu untuk

memilih produk yang halal, sehingga label halal berguna untuk menjawab keraguan mengenai produk tersebut halal atau tidak halal (Agustina dkk, 2019).

b) Memberikan keadilan

Produk yang beredar dipasaran tentunya tidak semuanya halal, oleh karena itu untuk memberikan ketenangan dan keadilan bagi ummat muslim maka ditetapkan Undang-Undang No. 33 tahun 2014 mengenai jaminan produk halal yang berupa pengajuan sertifikasi halal oleh produsen dan bersifat wajib (Agustina dkk, 2019).

c) Kesehatan

Jaminan ini berfungsi untuk memberikan *mental health* yang baik pada masyarakat. Mengonsumsi makanan yang tidak dapat menyebabkan rasa ketidak nyamanan jiwa seperti rasa penyesalan. Mengonsumsi produk yang tidak halal juga bisa mendatangkan penyakit, misalnya daging babi yang mengandung kuman dan parasit (Ilyas, 2017).

### 2.1.2. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu proses akhir dari beberapa tahapan dalam memperolehnya, dimulai dari perasaan butuh, mengaitkan pengetahuan yang dimiliki, hingga memunculkan sikap akhir sebelum

melakukan transaksi atau memutuskan untuk membeli (Taan.H, 2017; Oktafiani and Yahya, 2020).

b. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Berdasarkan Karakteristik Konsumen:

Karakteristik konsumen merupakan sifat konsumen dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa, yang meliputi pengambilan keputusan, persiapan, dan penentuan kegiatan (Hikmawati dkk, 2016). Menurut Kotler dan Armstrong (2008) dalam (Hikmawati dkk, 2016), faktor yang mempengaruhi sebagai berikut :

1) Faktor Budaya

Budaya merupakan salah satu faktor yang mendasar bagi konsumen untuk memutuskan pembelian produk karena budaya berkembang dari satu generasi ke generasi berikutnya yang memuat nilai, adat, kebiasaan, peraturan, norma dan kepercayaan yang berkembang di masyarakat. Budaya dibedakan menjadi budaya, sub budaya dan kelas sosial (Hikmawati dkk, 2016).

a) Budaya

Budaya adalah satu penyebab keinginan dan perilaku seseorang yang paling dasar, budaya dari masing masing negara tentunya berbeda seperti pada masyarakat Indonesia biasanya melakukan kegiatan gotong royong untuk memudahkan suatu pekerjaan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Gotong royong dapat ditemui hampir di

semua budaya atau suku di seluruh wilayah Indonesia (Pratita dkk, 2018 ; Kemendikbud, 2016).

#### b) Sub Budaya

Sub budaya merupakan bentuk yang lebih kecil atau lebih spesifik dari budaya. Sub budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis (Sofuwan dan Nurrahmi, 2015). Agama menjadi salah satu inti dari suatu budaya karena ajaran agama dari generasi ke generasi cenderung bersifat tetap seperti mengkonsumsi produk halal pada umat muslim (Pratama dan Yudiana, 2020).

#### c) *Social Class*

*Social class* adalah pengelompokan masyarakat menjadi tingkatan *class* yang berbeda, oleh karena itu masing-masing individu dalam kelompok yang sama memiliki keinginan yang rata-rata hamper sama. Kelas sosial dapat ditentukan berdasarkan kepemilikan materi (Wijayanti dkk, 2019).

### 2) Faktor Sosial

Faktor ini dapat dilihat berdasarkan lingkungan tempat tinggal, kelompok acuan, strata dan peran *social*. Strata sosial didasarkan pada hierarki tertentu seperti pekerjaan, penghasilan, dan pendidikan. Kelas sosial biasanya dikelompokan berdasar

persamaan perilaku saat melakukan proses ekonomi (Hikmawati dkk, 2016).

### 3) Faktor Pribadi

Kepribadian merupakan faktor internal dalam diri setiap individu, faktor pribadi dapat dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti umur, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan konsep diri (Hikmawati dkk, 2016).

### 4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis yaitu sebuah sikap, perasaan, persepsi, dan perilaku individu yang diperoleh dari pengalaman subyektif seseorang (Bahari dan Ashoer, 2018).

#### a) Motivasi

Motivasi dapat digambarkan sebagai keinginan yang kuat untuk melakukan suatu hal, contoh seseorang ingin sekali memiliki gigi yang putih maka mereka cenderung memilih pasta gigi yang dapat memutihkannya (Hikmawati dkk, 2016).

#### b) Persepsi

Persepsi adalah proses pemilihan, mengatur dan menerjemahkan informasi yang diinput guna dapat menggambarkan dunia yang mempunyai arti (Bahari and Ashoer, 2018).



### c) Pembelajaran

Pembelajaran mendeskripsikan tentang perubahan tingkah laku manusia yang dihasilkan dari pengalaman, sehingga saat konsumen bertindak seperti membaca, mencoba produk maka pengetahuannya pun akan bertambah (Hikmawati dkk, 2016 ; Bahari dan Ashoer, 2018).

### d) Sikap

Sikap merupakan perasaan emosional, evaluasi, dan kecenderungan tindakan yang dapat memberikan keuntungan ataupun kerugian (Bahari Ashoer, 2018). Sikap dapat dipengaruhi oleh faktor predeposisi dari luar seperti faktor lingkungan (Hikmawati dkk, 2016 ).

### c. Proses Pengambilan Keputusan

Proses ini memiliki beberapa tahapan dimulai dari proses pengenalan Masalah sampai pada evaluasi pasca pembelian. Proses tersebut menunjukkan bahwa sebelum melakukan pembelian seseorang akan berfikir terlebih untuk dapat mengambil keputusan (Qazzafi, 2019). Proses pengambilan keputusan menurut Kolter (2009) dalam Warasto (2018) terdiri dari :

#### 1)Pengenalan Masalah

Tahap ini adalah tahapan pertama dalam pengambilan keputusan berdasarkan keperluan, kepentingan yang dihadapi,

dan masalah. Pembelian tidak dapat dilakukan jika masalah tidak teridentifikasi sebelumnya. Dalam hal ini, seseorang tidak mengetahui produk yang akan dipilih. Tahapannya yaitu konsumen baru dapat mengidentifikasi masalahnya maupun kebutuhannya. Kebutuhan yang muncul dapat dimunculkan berdasarkan keadaan eksternal maupun internal. Rangsangan internal dapat timbul dari dalam diri seperti rasa lapar dan haus sedangkan rangsangan eksternal timbul dari luar seperti pengaruh iklan maupun lingkungan (Revia S. F, 2018).

## 2) Pencarian Informasi

Pencarian informasi dapat dilakukan setelah seseorang mengetahui masalah yang harus diselesaikan, kemudian masalah tersebut dapat dipecahkan oleh berbagai macam informasi. Informasi dapat berasal dari pengalaman diri sendiri. Pengalaman yang baik mengenai produk menyebabkan seseorang berhenti untuk mencari informasi tetapi pengalaman yang buruk mengenai produk menyebabkan seseorang mencari dan mengumpulkan informasi yang lain seperti dari teman, keluarga, bahan bacaan, iklan, kemasan, tampilan (Revia, 2018; Qazzafi, 2019). Pencarian informasi juga dapat dilakukan dengan membaca yang merupakan salah satu dari kegiatan literasi (Joyo, 2018).

### 3) Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif merupakan tahap mengevaluasi informasi yang sudah didapat. Evaluasi alternatif ini didasarkan pada pemenuhan kebutuhan, manfaat yang diberikan oleh produk, dan pemenuhan keinginan (Qazzafi, 2019).

### 4) Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dilakukan setelah melakukan evaluasi pada alternatif-alternatif keputusan, selanjutnya calon konsumen tersebut akan melalui proses yang disebut dengan keputusan pembelian. Waktu yang diperlukan dalam proses pengambilan keputusan ini tidak sama, yaitu tergantung dari hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam proses pembelian dan pengambilan keputusan. Tahapan ini konsumen sudah mengetahui produk yang akan dipilih dari berbagai produk lainnya (Revia S. F, 2018).

### 5) Evaluasi Paska Pembelian

Proses ini dapat dilakukan setelah seseorang membeli dan menggunakan produk, jika produk tersebut berhasil memenuhi kebutuhan dan kepuasan maka seseorang akan mengingat produk tersebut untuk dijadikan referensi pembelian selanjutnya tetapi jika produk tidak sesuai maka bisa dijadikan referensi untuk tidak memilih produk itu lagi (Qazzafi, 2019).

### 2.1.3. Pasta Gigi

#### 1. Pengertian Pasta Gigi

Pasta gigi merupakan bahan *semi-aqueous* yang digunakan bersama dengan sikat gigi guna menghilangkan debris, mencegah pembentukan plak, mencegah kerusakan gigi pada permukaan enamel serta menyegarkan dan memberikan rasa nyaman pada rongga mulut (Nabilah, 2019). Pasta gigi digunakan untuk menyikat gigi, lazimnya dilakukan sebanyak 2 kali sehari, setelah sarapan dan sebelum tidur. Waktu ideal dalam satu kali menyikat gigi adalah selama 3 menit agar pembersihan optimal (Octarina dkk, 2019).

#### 2. Komposisi Pasta Gigi

Pasta gigi terdiri dari dua komposisi ialah bahan aktif dan bahan bukan aktif. Komposisi bahan bukan aktif mengandung sodium benzoate, alginate, *sodium lauryl sulfate*, air, saccharine, *sorbitol*, *flavor*, *glycerine*, *titanium dioxide*, *sodium*, dan juga vitamin. Komposisi bahan aktif terdiri dari *fluoride*, *sodium fluoride*, *sodium monofluorofosfat*, kalsium fosfat, dan *potassium nitrate* (Nawaly dkk, 2019). Pasta gigi juga memiliki komposisi tambahan untuk memberikan rasa segar dan menyegarkan seperti *spearmint*, *peppermint*, *wintergreen*, *cinnamon* (Nabilah, 2019). Pasta gigi yang beredar secara umum mengandung bahan – bahan berikut :

### 1) Bahan Abrasif

Bahan abrasif dalam pasta gigi memiliki fungsi untuk memoles permukaan gigi dan membersihkan untuk menghilangkan plak dan *stains ekstrinsik*. Bahan abrasif pada kandungan pasta gigi sebesar 10 sampai 40%. Sampel dari bahan abrasif yang digunakan seperti *calcium carbonat, sodium bicarbonate, calcium pyrophosphate* (Subramanian dkk, 2017). Pasta gigi yang memiliki bahan abrasif lebih banyak biasanya memiliki ciri tekstur yang agak kasar dari pasta gigi yang lain. Pasta gigi dengan kandungan bahan abrasif ini lebih cocok digunakan pada orang yang memiliki kebiasaan seperti meminum kopi, merokok yang menyebabkan warna kuning pada permukaan gigi sehingga membutuhkan pasta gigi abrasif kuat untuk membersihkan gigi (Gintu dkk, 2020).

### 2) Bahan Pelembab

Bahan pelembab pada pasta gigi berfungsi untuk menjaga kelembaban pasta gigi serta mencegah pengeringan pasta gigi. Bahan pelembab yang terkandung pada pasta gigi sebesar 20-70%. Contoh dari bahan abrasif seperti gliserol, sorbitol dan mannitol (Subramanian dkk, 2017). Gliserol dapat dibuat dengan cara sintetik kimia dan bisa dihasilkan dari hidrolisis lemak atau minyak dengan HCL. Sumber lemak bisa berasal dari tumbuhan maupun hewan (Knakes, 2020). Sumber dari hewan inilah yang harus lebih diperhatikan sebab ada beberapa hewan yang diharamkan

dikonsumsi oleh umat muslim (Oktafiani dan Yahya, 2020). Bahan pasta gigi seperti gliserol di Indonesia sebagian besar di impor dari Negara lain yang dapat mengandung gelatin. Gelatin ini dapat berasal dari *porcine* (Rahayu dkk, 2021). Penelitian Roswiem dan Mustaqimah (2020) mengidentifikasi 42 pasta gigi yang diproduksi di berbagai Negara dan hasilnya menyatakan bahwa terdapat 2 pasta gigi yang mengandung gelatin.

### 3) Bahan Pengikat

Bahan pengikat pada pasta gigi berfungsi untuk mengikat bahan padat dengan bahan cair. Bahan pengikat yang biasanya dipakai *hidroksimetil selulosa, karboksimetil selulosa, cellulose gum, dan carrageenan* (Subramanian dkk, 2017).

### 4) Detergen

Detergen pada pasta gigi terkandung seberat 0,5-2% dari berat pasta gigi yang memiliki fungsi untuk menurunkan tegangan permukaan dan menghilangkan material organik, detergen yang paling umum digunakan pada pasta gigi adalah *sodium lauryl sulfate* (SLS) (Nasution dkk, 2018). Kandungan SLS pada pasta gigi dapat mempengaruhi penurunan dari laju aliran saliva sehingga kurang cocok digunakan pada individu yang memiliki laju aliran saliva yang rendah (Wawo dkk, 2016). SLS juga dapat menyebabkan pengelupasan gingiva pada individu tertentu (Daly dkk, 2019).

#### 5) Bahan Pengawet

Pasta gigi mengandung 1% bahan pengawet. Pengawet mencegah kontaminasi bakteri dan menjaga keaslian produk. Bahan yang biasanya dipakai antara lain *formalin*, *natrium benzoate*, dan *alcohol* (Elfiyani dkk, 2015).

#### 6) Bahan Pemberi Rasa

Bahan pemberi rasa pada pasta gigi berfungsi untuk memberikan rasa segar. Bahan ini dapat terkandung pada pasta gigi sebanyak 1-2%. contoh bahan pemberi rasa pada pasta gigi seperti essential oil, mentol, mint (Subramanian dkk, 2017).

#### 7) Air

Air pada pasta gigi berfungsi sebagai pelarut pada sebagian bahan serta menjaga konsistensi pasta gigi. Kandungan air yang ada di pasta gigi sebanyak 5-30% (Subramanian dkk, 2017).

#### 8) Bahan Terapeutik

Bahan terapeutik yang digunakan pada pasta gigi bermacam-macam, seperti berikut :

##### a) Kalsium

Kalsium pada pasta gigi berfungsi untuk memicu terjadinya proses remineralisasi (Octarina dkk, 2019).

##### b) *Fluoride*

*Fluoride* pada pasta gigi dapat melindungi enamel gigi serta menjegah terjadinya demineralisasi. Penggunaan *fluoride* yang

berlebihan atau tidak sesuai dosis terutama pada anak-anak dapat menimbulkan fluorosis (Novita dkk, 2018).

c) Bahan Desensitasi

Bahan desensitasi dalam pasta gigi bekerja dengan mengurangi atau menghilangkan sensitivitas dentin melalui efek desensitasi langsung pada serabut saraf. Bahan desensitasi pada pasta gigi yang sering digunakan meliputi potassium nitrat yang berguna memblok transmisi nyeri sel-sel saraf, *stronsium chloride* berguna memblok bahan anti-tartar dan tubulus dentin (Ilmi, 2017).

d) Bahan Anti-kalkulus

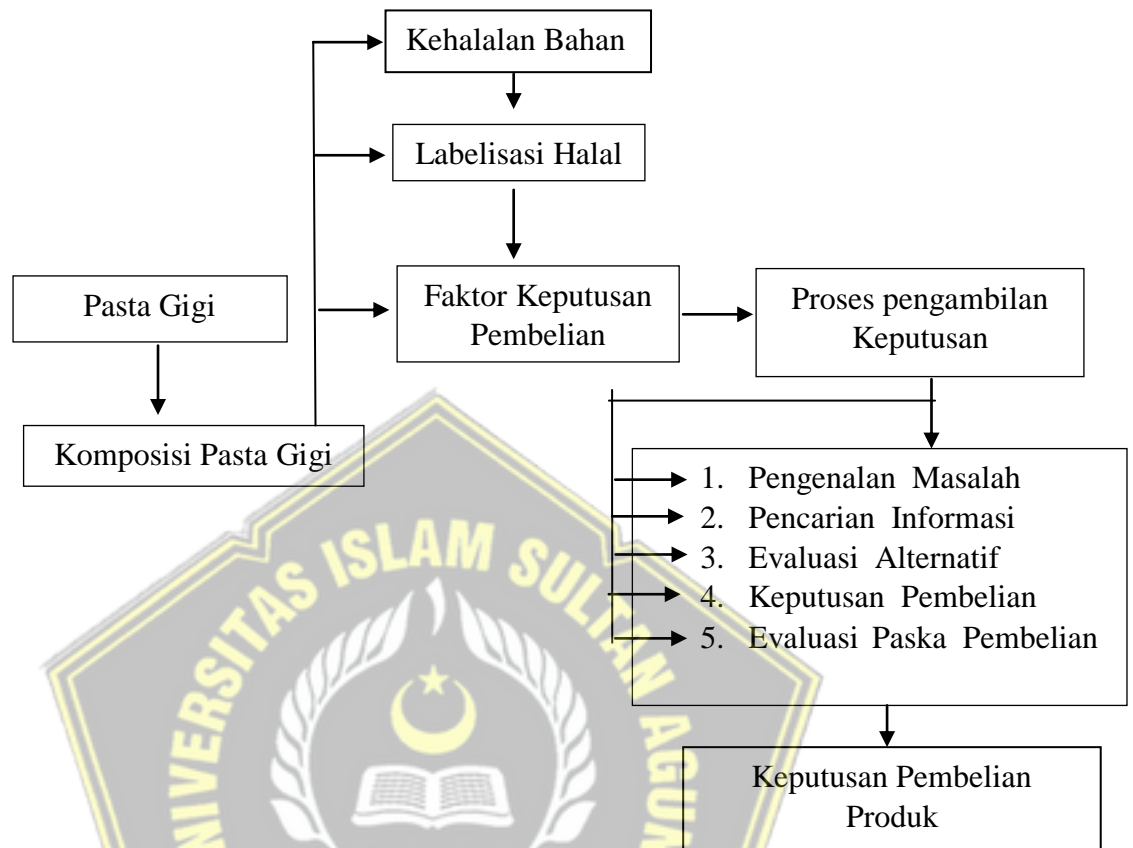
Bahan anti-kalkulus bertindak sebagai pengubah pH untuk mengurangi pembentukan kalkulus dan penghambat mineralisasi plak. Bahan yang dipakai *triclosan*, *tetrapotassium pyrophosphate*, *zinc compounds*, *sodium hexametaphosphate* (Nuruwael, 2016).

9) Bahan Pemutih

Bahan pemutih pasta gigi berfungsi untuk memutihkan gigi. Contoh dari bahan pemutih pasta gigi seperti perlite, SWA (*Speedy Whitening Agent*) dan *micro cleansing crystal* (Fibryanto, 2019).

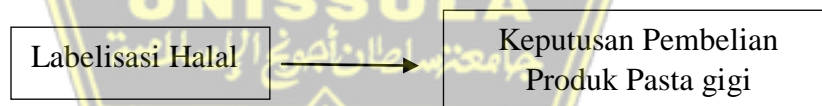


## 2.2. Kerangka Teori



Gambar 2.2 Kerangka Teori Penelitian

## 2.3. Kerangka Konsep Penelitian



Gambar 2.3 Kerangka Konsep Penelitian

## 2.4. Hipotesis

Terdapat Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pada Mahasiswa UNISSULA.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN.**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian non eksperimental dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah observasional analitik. Penelitian analitik merupakan penelitian untuk mengetahui suatu fenomena yang terjadi melalui hubungan sebab akibat (Masturoh, 2018).

#### **3.2. Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian yang dilakukan merupakan penelitian non eksperimental *cross sectional*.

#### **3.3. Variabel Penelitian**

##### **3.3.1. Variabel Independen**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah labelisasi halal.

##### **3.3.2. Variabel Dependen**

Variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian produk.

#### **3.4. Definisi Operasional**

##### **1. Labelisasi Halal**

Pengaruh labelisasi halal pada pasta gigi diketahui berdasarkan skor kuisioner tentang labelisasi halal yang mengadopsi dari penelitian Rakhi (2019) dengan judul pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan

pembelian produk. Kosmetik (studi di kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia) yang terdiri dari 4 pertanyaan. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala *likert* dengan skor 1 sangat tidak setuju, skor 2 tidak setuju, skor 3 tidak menjawab, skor 4 setuju, dan skor 5 sangat setuju. Hasil skor kuisioner kemudian dikategorikan menjadi rendah untuk skor 4-9,32; sedang 9,33-14,65 dan tinggi 14,66-20.

## 2. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian pasta gigi diketahui berdasarkan skor kuisioner keputusan pembelian yang mengadopsi dari penelitian Rakhi (2019) dengan judul pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk. Kosmetik (studi di kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia) yang terdiri dari 8 pertanyaan. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala *likert* dengan skor 1 sangat tidak setuju, skor 2 tidak setuju, skor 3 tidak menjawab, skor 4 setuju, dan skor 5 sangat setuju. Hasil skor kuisioner kemudian dikategorikan menjadi rendah untuk skor 8-18,9; sedang 19-29,9 dan tinggi 30-40.

### 3.5. Populasi Penelitian

Populasi penelitian yaitu mahasiswa UNISSULA dengan jumlah populasi mahasiswa UNISSULA berdasarkan data pada website PDDikti 2021 sebanyak 17.536.

### 3.6. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa UNISSULA yang memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi.

#### 3.6.1. Besar Subjek

Besar subjek yang akan dilakukan pada penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan 10% merupakan batas presentase error yang masih bisa ditolerir .

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

Keterangan :

n.= Jumlah.sampel

N = Jumlah populasi.

Ne = Eror atau tingkat kesalahan.yang diyakini.

Berdasarkan rumus maka,  $n = \frac{N}{1+N(e)^2}$

$$= \frac{17.536}{1+17.536 (0,1)^2}$$

$$= 99,4329$$

$$= 100$$

Maka jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel.

### 3.6.2. Desain Pengambilan Subjek

Desain pengambilan subjek pada penelitian ini adalah *probability sampling* dengan teknik *cluster sampling*. Teknik *cluster sampling* merupakan pemilihan yang dipilih berdasarkan kelompok dengan cara acak. Kelompok pada penelitian ini dikelompokkan berdasarkan fakultas yang ada di UNISSULA yaitu sebanyak 11 kelompok. Penentuan *cluster sampling* diketahui berdasarkan rumus berikut :

$$f_i = \frac{N_i}{N}$$

Besarnya subjek per *cluster*, dengan menggunakan rumus berikut :

$$N_i = f_i \times n$$

Keterangan :

$f_i$  : Sampel pecahan cluster.

$N_i$  : Banyaknya individu yang ada dalam cluster..

$N$  : Banyaknya populasi seluruhnya..

$n$  : Banyaknya anggota yang dimasukkan dalam sampel

Didapatkan hasil subjek per *cluster* yaitu :

**Tabel 3. 1** Jumlah mahasiswa UNISSULA

No.	Fakultas	Populasi	Subjek
1.	Fakultas Agama Islam	903	5
2.	Fakultas Ilmu Keperawatan	1.246	7
3.	Fakultas Ekonomi Bisnis	3.526	20
4.	Fakultas Hukum	3.414	20
5.	Fakultas Teknik	1.759	10
6.	Fakultas Teknologi Industri	1.398	8
7.	Fakultas Kedokteran Gigi	692	4
8.	Fakultas Kedokteran	2.119	12
9.	Fakultas Bahasa dan Ilmu komunikasi	832	5
10.	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	750	4
11.	Fakultas Psikologi	897	5
<b>Jumlah total Subjek</b>			<b>100</b>

### 3.7. Kriteria Inklusi dan Kriteria Eksklusi

#### 3.7.1. Kriteria Inklusi

- a. Mahasiswa aktif UNISSULA
- b. Mahasiswa yang bersedia mengikuti penelitian dengan mengisi kuesioner

#### 3.7.2. Kriteria Eksklusi

- a. Mahasiswa yang tidak menggunakan pasta gigi sebagai bahan untuk menggosok gigi
- b. Mahasiswa yang menggunakan produk pasta gigi atas anjuran dokter karena sedang dalam perawatan atau pengobatan.

### 3.8. Instrumen Penelitian

#### 1. Kuisisioner

Kuisisioner yang digunakan mengadopsi dari penelitian (Rakhi, 2019) dengan judul pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian

produk. kosmetik (studi di kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia). Kuisisioner terdiri dari 12 pertanyaan, 4 pertanyaan untuk labelisasi halal dan 8 pertanyaan untuk keputusan pembelian. Uji validitas instrumen  $r$  hitung sebesar  $0,8 > r$  tabel sebesar 0,6 dan nilai reliabilitas menggunakan *cronbac's alpha* sebesar 0,628.

2. Perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) IBM versi 25.

### **3.9. Cara Penelitian**

#### **3.9.1. Persiapan Penelitian**

1. Pengajuan Izin Penggunaan Instrumen

Pemohonan izin dilakukan dengan mengirimkan email kepada peneliti yaitu hayet melalui email [hayet.rakhi@gmail.com](mailto:hayet.rakhi@gmail.com) untuk mengadopsi kuisisioner. Persetujuan izin didapatkan melalui email pada tanggal 19 Juni 2022 (Lampiran 2).

2. Pengajuan *Ethical Clearance*

Surat *Ethical Clearance* diajukan kepada Komite Etik Penelitian Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Islam Sultan Agung Semarang pada tanggal 9 September 2022 dengan nomor 402/B.1KEPK/SA-FKG/IX/2022.

3. Menyusun *Informed consent* (persetujuan setelah penjelasan)

Menyusun *informed consent* atau persetujuan setelah penjelasan, berdasarkan standar yang telah disepakati oleh Komite Etik Penelitian Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Islam Sultan Agung.

### 3.9.2. Pelaksanaan Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan uji validitas faktor dengan alat uji *person produk moment*. Langkah-langkah dalam pengujian validitas, menyusun pertanyaan sebanyak 12 pertanyaan dengan mengganti kata kosmetik menjadi pasta gigi. Uji coba kuisisioner dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden minimal 30 orang.

Responden uji coba kuisisioner berasal dari mahasiswa UNISSULA. Pemilihan respon dilakukan dengan membagi 30 respon dengan 11 fakultas yang terdapat di UNISSULA, sehingga setiap fakultas dipilih 3 secara acak. Kuisisioner disebarkan melalui undangan tautan *whats-app* dengan format *google form*. Data atau kontak mahasiswa didapatkan dari data mahasiswa yang terdapat di setiap fakultas. Respon yang telah dipilih untuk uji coba kuisisioner tidak dapat dipilih kembali untuk penelitian ini. Uji validitas dikatakan valid jika masing-masing item pertanyaan memiliki nilai  $r$  hitung diatas 0.5 (>50%) atau  $r$  hitung >  $r$  tabel.



## b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas pada instrument penelitian ini menggunakan rumus *alpha cronbach*. Jumlah sampel yang akan diujikan pada penelitian ini sebanyak 30 karena jumlah sampel kurang dari 10 nilai *alpha cronbach* rendah. Data dikatakan reliabel jika nilai *alpha cronbach* > 0,70 sedangkan data yang tidak memiliki reliabilitas dengan *alpha cronbach* 0 (Budiastuti dan Agustinus, 2018).

### 3.9.3. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini dilaksanakan dengan cara menyebarkan kuisioner secara daring dengan menggunakan tautan undangan untuk mengisi *google form* yang telah disediakan oleh peneliti yang kemudian disebarikan melalui aplikasi *whats-app*. Sebelumnya responden dimintai *informed consent* terlebih dahulu sebelum mengisi *google form*.

## 3.10. Waktu dan Tempat penelitian

### 3.10.1. Waktu

Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2022.

### 3.10.2. Tempat penelitian

Tempat penelitian yaitu di Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Alamat Jl. Kaligawe Raya No.KM, RW.4, Terboyo Kulon, Kec. Genuk, Kota Semarang, Jawa Tengah 50112.

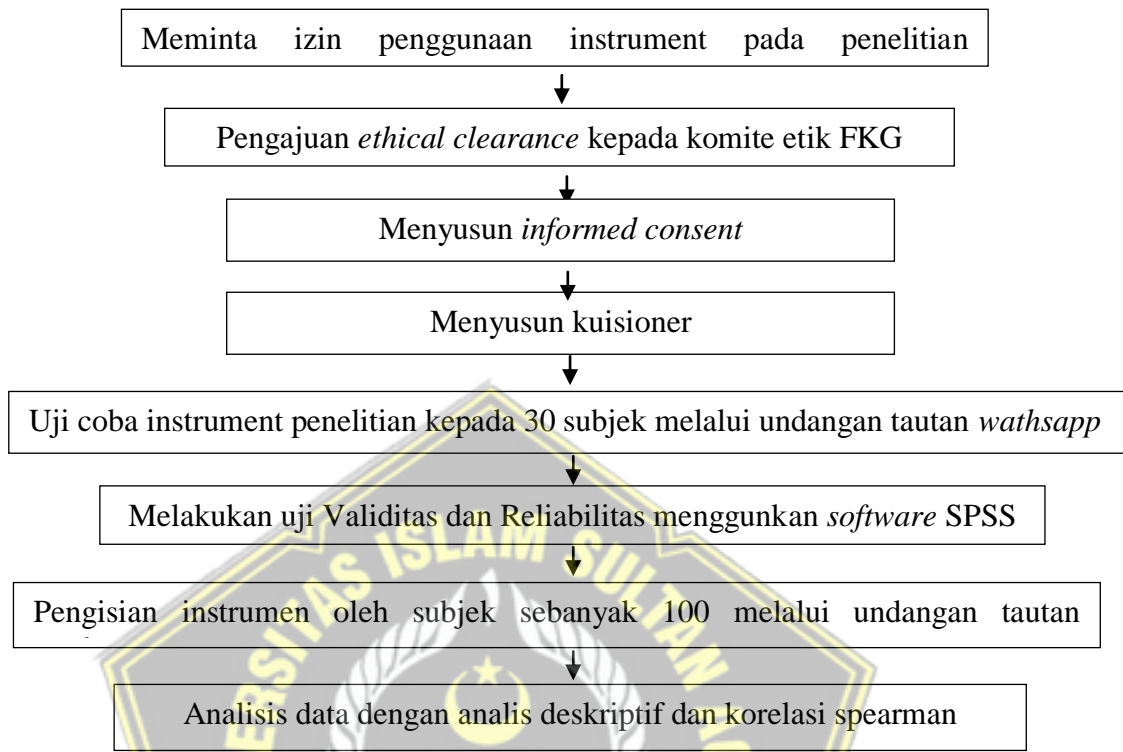
### 3.11. Analisis Hasil

Data yang diperoleh dari pengisian instrumen akan dilakukan pengolahan data secara statistik dengan uji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dan uji reliabilitas konsistensi internal dengan menghitung koefisien *Cronbach Alpha*. Analisis data memakai *software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)* IBM versi 25.

Proses analisis data akan dilaksanakan menggunakan analisis deskriptif dan analisis korelasi *spearman* karena data yang didapatkan berupa data kategorik dengan skala ordinal.



### 3.12. Alur Penelitian



Gambar 3.1 Alur Penelitian

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pada mahasiswa UNISSULA. Jumlah data yang terkumpul sebanyak 127 dari 133 kuisisioner yang disebar. Responden yang menggunakan pasta gigi sebanyak 127 responden dan responden yang menggunakan pasta gigi atas anjuran dokter gigi (kriteria eksklusi) sebanyak 7 responden. Total subjek yang memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi penelitian yaitu 120 responden yang digambarkan pada tabel 4.1.

##### 4.1.1. Karakteristik Responden

###### 4.1.1.1. Distribusi Subjek Penelitian

Data penelitian didapatkan dengan cara menyebarkan kuisisioner pada mahasiswa UNISSULA dengan cara *cluster* berdasarkan fakultas yang ditunjukkan pada tabel 4.1 dengan responden *rate* sebesar 90,22%.

###### 4.1.1.2. Distribusi Jenis Kelamin, Jenjang Pendidikan, Domisili

Tabel 4.2 menunjukkan distribusi jenis kelamin yang didominasi oleh perempuan sebanyak 77 responden (64,16%). Distribusi jenjang pendidikan responden terbanyak yaitu S1 sebanyak 87 responden (72,5%). Distribusi domisili responden terbanyak di kos/kontrakan sebanyak 79 responden (65,8%).

**Tabel 4. 1** Distribusi Subjek Penelitian

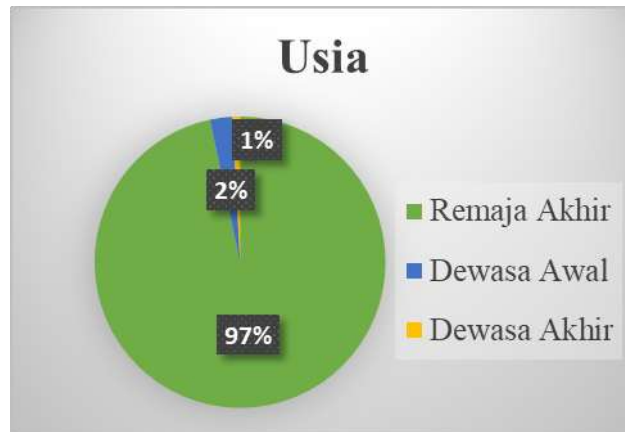
Fakultas	Penyebaran Kuisisioner	Subjek Penelitian
FAI	8	7
FIK	10	9
FEB	23	20
FH	23	21
FT	13	13
FKG	7	6
FK	15	13
FBIK	8	7
FKIP	7	6
FP	8	8
FTI	11	10
<b>Jumlah</b>	<b>133</b>	<b>120</b>

**Tabel 4. 2** Distribusi Jenis Kelamin, Jenjang Pendidikan, Domisili

Jenjang Pendidikan		Jenis Kelamin		Domisili		
		Laki-laki	Perempuan	Asrama/Pondok Pesantren	Kos/Kontrakan	Rumah dengan Orang Tua
D3	5	2	3	0	5	0
S1	87	35	52	3	59	25
Profesi	14	1	13	0	13	1
S2	14	5	9	0	2	12
<b>Jumlah</b>	<b>120</b>	<b>43</b>	<b>77</b>	<b>3</b>	<b>79</b>	<b>38</b>

#### 4.1.1.3. Distribusi Usia

Gambar 4.1 menunjukkan distribusi usia responden dengan kategori usia berdasarkan Depkes RI 2009 dalam Amin dan Juniati (2017), remaja akhir dengan rentang usia 17-25 tahun, dewasa awal dengan rentang usia 26-35 tahun dan dewasa akhir dengan rentang usia 36-45 tahun.



Gambar 4. 1 Distribusi Usia

Gambar 4.1 menunjukkan distribusi usia responden yang mayoritas berada pada usia remaja akhir dengan rentang usia 18-25 tahun sebanyak 116 responden (97%).

#### 4.1.1.4. Distribusi Suku dan Agama

Tabel 4. 3 Distribusi Suku dan Agama

Suku	Agama		
	Islam	Budha	Katolik
Betawi	1	0	0
Bugis	1	0	0
Dayak	1	0	0
Jawa	107	0	2
Melayu	4	0	0
Muna	1	0	0
Sasak	1	0	0
Sunda	1	0	0
Tionghoa	0	1	0
<b>Total</b>	<b>117</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
		<b>120</b>	

Tabel 4.3 menunjukkan distribusi suku dan agama responden. Suku terbesar yaitu suku jawa dengan jumlah 109 responden (90,83%) dengan mayoritas responden beragama islam sebanyak 107 responden (97,5%).

## 4.1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 4.1.2.1. Uji Validitas Variabel Labelisasi Halal

Uji validitas pada variabel labelisasi halal bertujuan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuisisioner dari masing-masing item pertanyaan tersebut. Uji validitas variabel labelisasi halal yang telah dilakukan ditampilkan dalam tabel 4.4.

**Tabel 4. 4** Hasil Uji Validitas

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item 1A	0,633	0,3061	Valid
Item 2A	0,829	0,3061	Valid
Item 3A	0,719	0,3061	Valid
Item 4A	0,702	0,3061	Valid

Uji validitas pada variabel labelisasi halal menunjukkan hasil r hitung > r tabel (0,3061) sehingga kuisisioner dikatakan valid.

### 4.1.2.2. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Uji validitas pada variabel keputusan pembelian bertujuan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuisisioner dari masing-masing item pertanyaan tersebut. Uji validitas variabel keputusan pembelian yang telah dilakukan ditampilkan dalam tabel 4.5.

**Tabel 4. 5** Hasil Uji Validitas

Item 1B	0,852	0,3061	Valid
Item 2B	0,852	0,3061	Valid
Item 3B	0,452	0,3061	Valid
Item 4B	0,920	0,3061	Valid
Item 5B	0,845	0,3061	Valid
Item 6B	0,854	0,3061	Valid
Item 7B	0,914	0,3061	Valid
Item 8B	0,721	0,3061	Valid

Uji validitas pada variabel keputusan pembelian menunjukkan hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,3061) sehingga kuisisioner dikatakan valid.

#### 4.1.2.3. Uji Reliabilitas Variabel Labelisasi Halal

Uji reliabilitas konsistensi internal variabel labelisasi halal ditentukan dengan menghitung nilai *cronbach's alpha* yang ditunjukkan oleh tabel 4.6.

**Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.767	4

Tabel 4.6 menunjukkan uji reliabilitas variabel labelisasi halal dengan nilai *cronbach alpha* 0,767  $>$  0,7 sehingga kuisisioner dinyatakan reliabel.

#### 4.1.2.4. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Uji reliabilitas konsistensi internal variabel keputusan pembelian ditentukan dengan menghitung nilai *cronbach's alpha* yang ditunjukkan oleh tabel 4.7.

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.895	8

Tabel 4.7 menunjukkan uji reliabilitas variabel keputusan pembelian dengan nilai *cronbach.alpha* 0,895  $>$  0,7 sehingga kuisisioner dinyatakan reliabel.



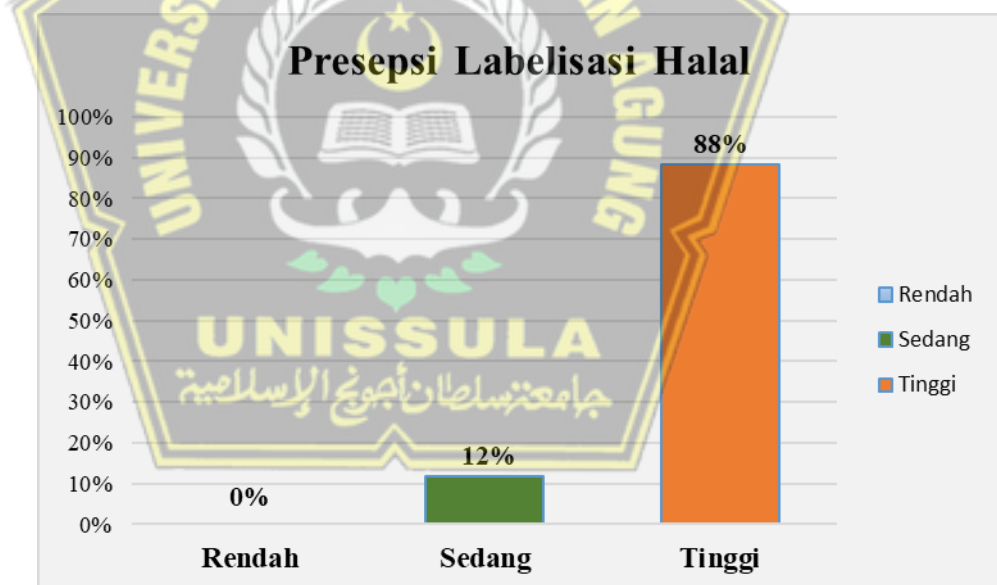
### 4.1.3. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif dilakukan untuk mengetahui tingkat persepsi labelisasi halal dan tingkat keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal berdasarkan karakteristik yang dimiliki oleh responden, dengan analisis sebagai berikut :

#### 4.1.3.1. Variabel Labelisasi Halal

##### 4.1.3.1.1. Persepsi Labelisasi Halal

Tingkat persepsi labelisasi halal diambil dari hasil pengisian kuisioner variabel labelisasi halal, hasilnya kemudian dikategorikan menjadi rendah, sedang dan tinggi. Hasil tingkat persepsi labelisasi halal ditampilkan melalui diagram pada gambar 4.2.



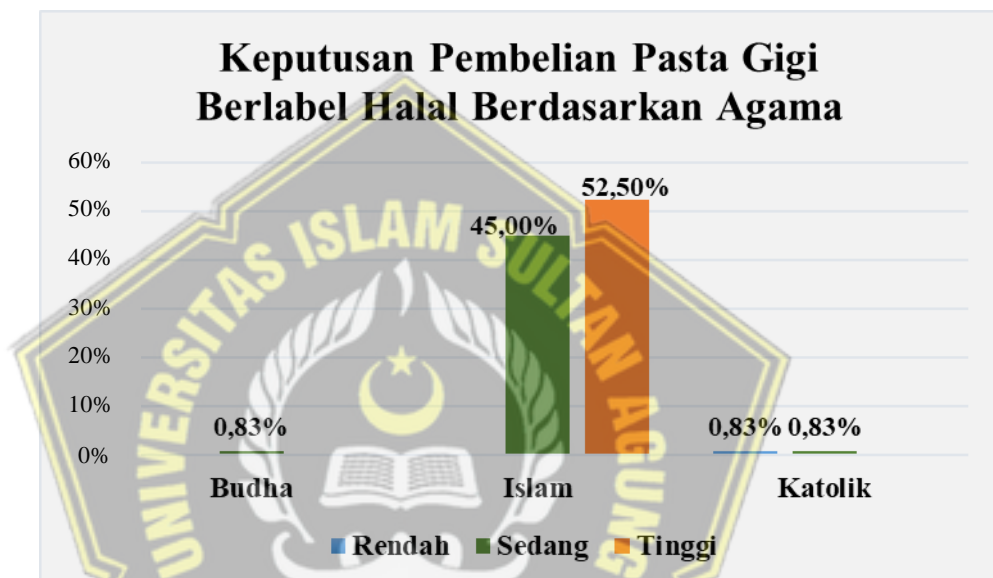
Gambar 4. 2 Tingkatan Persepsi Labelisasi Halal

Gambar 4.2 menunjukkan tingkat persepsi responden terhadap labelisasi halal pada pasta gigi dengan hasil responden memiliki persepsi labelisasi halal yang tinggi sebesar 88%.

#### 4.1.3.2. Variabel Keputusan Pembelian

##### 4.1.3.2.1. Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Agama

Tingkat keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal berdasarkan faktor agama diketahui berdasarkan skor keputusan pembelian berdasarkan agama responden yang ditampilkan pada gambar 4.3.



Gambar 4. 3 Tingkatan Keputusan Pembelia Berdasarkan Agama

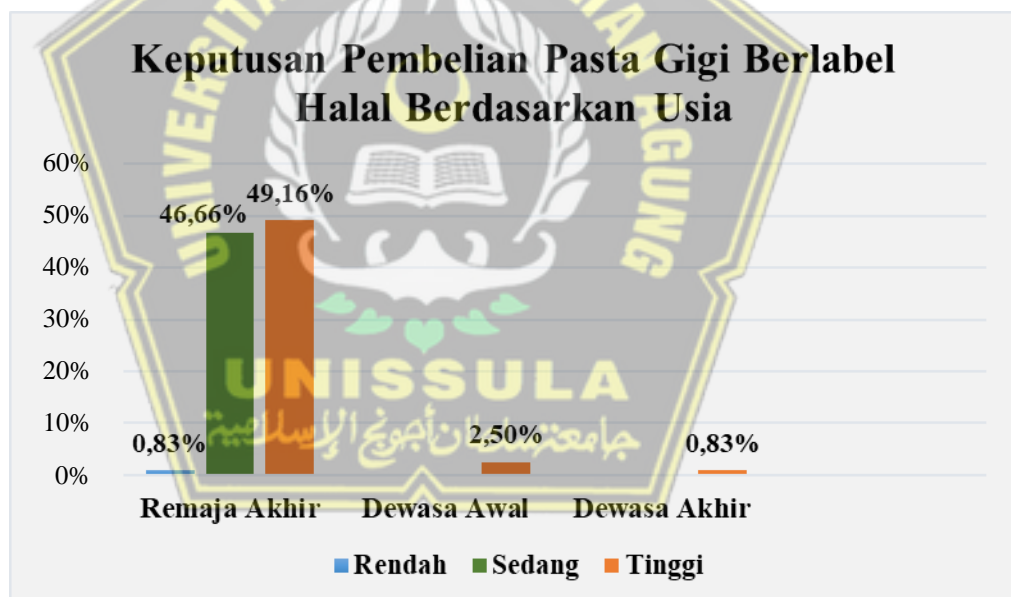
Gambar 4.3 menunjukkan keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal berdasarkan agama responden. Didapatkan agama islam memiliki tingkat keputusan pembelian yang tinggi sebesar 52,50%.

##### 4.1.3.2.2. Keputusan Pembelian berdasarkan faktor pribadi

Tingkat keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal berdasarkan faktor pribadi diketahui berdasarkan skor keputusan pembelian berdasarkan jenis kelamin dan usia responden yang ditampilkan pada gambar 4.4 dan 4.5.



**Gambar 4. 4** Tingkatan Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenis Kelamin



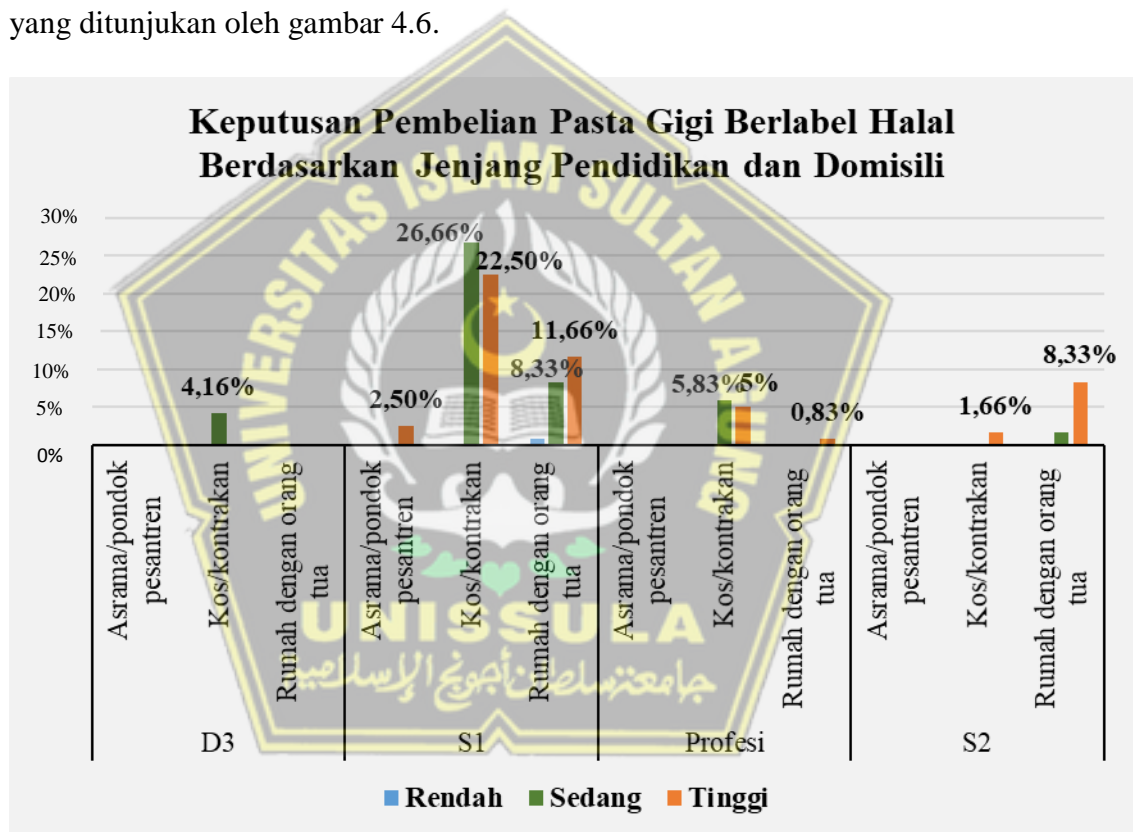
**Gambar 4. 5** Tingkatan Keputusan Pembelian Berdasarkan Usia

Gambar 4.4 menunjukkan tingkat keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal berdasarkan jenis kelamin. Didapatkan hasil responden berjenis kelamin perempuan memiliki tingkat keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal yang tinggi sebesar 43,30%.

Gambar 4.5 menunjukkan keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal berdasarkan usia dengan hasil responden berusia remaja akhir memiliki tingkat keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal yang tinggi sebesar 49,16%.

#### 4.1.3.2.3. Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Sosial

Tingkat keputusan pembelian berdasarkan faktor sosial diketahui oleh skor keputusan pembelian berdasarkan jenjang pendidikan dan domisili responden yang ditunjukkan oleh gambar 4.6.



Gambar 4. 6 Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenjang Pendidikan dan Domisili

Gambar 4.6 menunjukkan keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal berdasarkan jenjang pendidikan dan domisili. Hasilnya responden jenjang pendidikan S1 memiliki tingkat keputusan pembelian yang sedang sebesar 26,66% dan mayoritas berdomisili di kos atau kontrakan sebesar 49,16%.

#### 4.1.4. Analisis Korelasi

Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel labelisasi halal dengan variabel keputusan pembelian yang ditunjukkan oleh tabel 4.8 Hasil uji korelasi menunjukkan angka koefisien korelasi sebesar 0,616 berarti tingkat kekuatan hubungan atau korelasi antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian berkorelasi kuat. Angka koefisien korelasi pada tabel 4.8 menunjukkan nilai positif sebesar 0,616 yang berarti hubungan kedua variabel tersebut berbanding lurus, dan dapat diartikan bahwa semakin tinggi variabel labelisasi halal maka semakin tinggi keputusan pembelian pasta gigi. Nilai signifikansi hubungan kedua variabel sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ), berdasarkan hasil itu maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian pasta gigi.

**Tabel 4. 8** Korelasi Variabel Labelisasi Halal dengan Keputusan Pembelian

		Correlations		
			Labelisasi Halal	Keputusan Pembelian
Spearman's rho	Labelisasi Halal	Correlation	1.000	.616**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
	N		120	120
	Keputusan Pembelian	Correlation	.616**	1.000
Sig. (2-tailed)		.000	.	
N		120	120	

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### 4.2. Pembahasan

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa UNISSULA. Subjek penelitian diambil menggunakan teknik *cluster sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kelompok, dalam penelitian ini kelompok dibagi

berdasarkan fakultas di UNISSULA, sehingga jumlah kelompok sebanyak 11 kelompok. Perhitungan rumus *cluster sampling* menghasilkan 2 sampel terbanyak yaitu FH dan FEB (tabel 3.1). Hal ini dikarenakan populasi kedua fakultas tersebut lebih banyak dari fakultas lainnya (tabel 3.1), namun dalam penelitian ini subjek terbanyak yaitu FH. Hal ini dikarenakan responden yang terkumpul lebih banyak dari fakultas FH daripada FEB (tabel 4.1).

Jenjang pendidikan responden terbanyak adalah mahasiswa S1 sebanyak 89 responden (72,5%). Menurut data statistik PDDikti Kemdikbud (2020) jumlah mahasiswa jenjang S1 sebanyak 84,8% dari 9 juta mahasiswa Indonesia. Jenjang pendidikan S1 di UNISSULA berjumlah 23 dari 40 program studi, artinya jenjang pendidikan S1 lebih banyak daripada jenjang pendidikan lainnya. Jumlah mahasiswa S1 UNISSULA menurut PDDikti Feeder (2016) sebanyak 86,88%. Jenis Kelamin pada penelitian ini didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 77 responden (64,16%). Jenis kelamin perempuan menurut data BPS Jawa Tengah, 2019 sebanyak 54%. Jumlah mahasiswa perempuan di Indonesia menurut statistik PDDikti Kemdikbud (2020) sebanyak 51,18% dan jumlah mahasiswa perempuan provinsi Jawa Tengah sebanyak 52,29% menurut data statistik PDDikti Kemdikbud (2020).

Domisili responden pada penelitian ini didominasi oleh kos/kontrakan sebanyak 79 responden (65,83%). Hal ini dikarenakan mahasiswa biasanya berasal dari luar daerah atau luar kota sehingga perlu tempat tinggal sementara seperti kos/kontrakan. Penelitian Redaputri dkk (2021) menyebutkan mayoritas

mahasiswa bertempat tinggal di kos/kontrakan sebesar 66,76% karena lebih dekat dengan kampus.

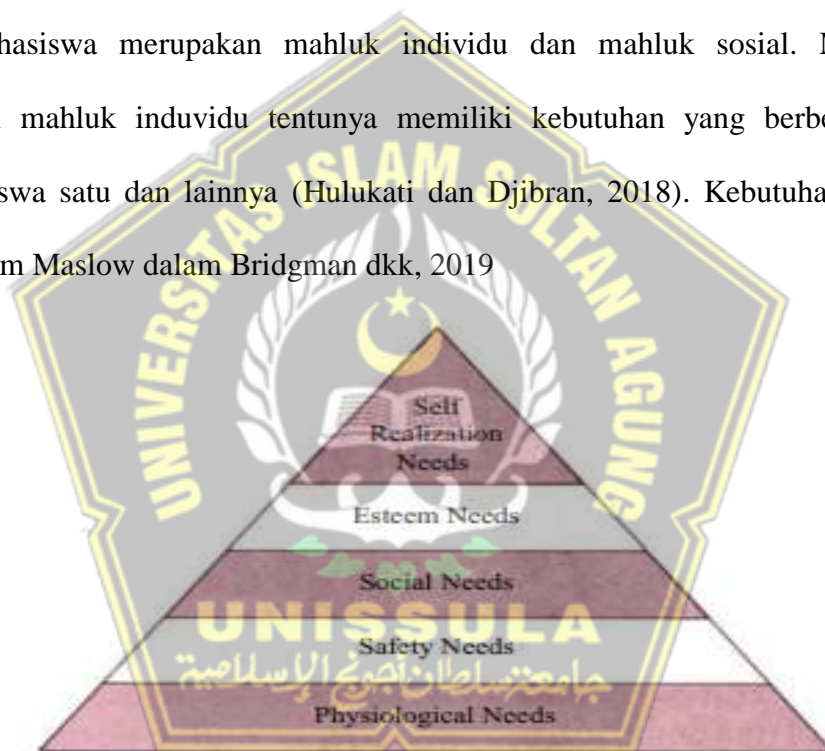
Responden penelitian mayoritas berada pada usia remaja akhir dengan rentan usia 18-25 tahun. Menurut data PDDikti Kemdikbud (2020) usia mahasiswa berada pada rentan 18-30 tahun. Usia 18-25 merupakan usia produktif dan rata-rata usia mahasiswa S1 di Indonesia (Hulukati dan Djibran, 2018; Shodiq dkk, 2020). Batasan usia mahasiswa yang terdaftar di perguruan tinggi Indonesia sekitar 18-30 tahun. Usia remaja akhir merupakan usia transisi dari remaja ke dewasa yang ditandai oleh kegiatan yang bersifat eksperimen dan eskplorasi (Hasmayni dan Lumbanbatu, 2019).

Penelitian ini bertempat di kampus UNISSULA yang secara geografis terletak di pulau Jawa provinsi Jawa Tengah. Penduduk pulau Jawa terdiri dari beberapa suku seperti Jawa, Sunda, Betawi dan Tinghoa. Suku Jawa merupakan suku terbesar di Indonesia dengan jumlah 41,71%. Suku Jawa di Jawa Tengah juga menduduki peringkat pertama suku terbesar dengan jumlah 97,96% (Pitoyo dan Triwahyudi, 2018).

Suku seringkali diibaratkan seperti ciri khas atau inti yang dimiliki oleh sekelompok masyarakat di satu ruang lingkup tertentu (Fathurroja dkk, 2018). Suku dapat berkaitan dengan agama seperti suku Jawa yang pada asalnya memiliki kepercayaan animisme dan dinamisme yang dianut oleh agama hindu dan budha. Seiring dengan perkembangan budaya kepercayaan animisme dan dinamisme dihubungkan dengan kepercayaan-kepercayaan dalam islam. Interelasi

kepercayaan ini menjadikan suku Jawa mayoritas memeluk agama islam (Ramdhan, 2019). Berdasarkan data statistik kependudukan mayoritas masyarakat Indonesia 85% penduduknya beragama islam (Pitoyo dan Triwahyudi, 2018; Suryono dkk, 2019). Berdasarkan data statistik BPS Jawa Tengah (2021) mayoritas agama penduduk Jawa Tengah yaitu islam sebanyak 97,81% dari 36 juta jiwa.

Mahasiswa merupakan mahluk individu dan mahluk sosial. Mahasiswa sebagai mahluk induvidu tentunya memiliki kebutuhan yang berbeda antara mahasiswa satu dan lainnya (Hulukati dan Djibran, 2018). Kebutuhan menurut Abraham Maslow dalam Bridgman dkk, 2019



**Gambar 4. 7** Piramida Kebutuhan Maslow (Bridgman dkk, 2019)

Kebutuhan kesehatan gigi dan mulut yang sehari hari digunakan oleh mahasiswa adalah pasta gigi (Listrianah, 2017). Pasta gigi yang halal dan aman tentunya harus berlabel dan bersertifikat halal (Faridah, 2019). Label halal tentunya sangat penting diperhatikan untuk memutuskan pasta gigi yang akan dibeli. Penelitian Roswiem dan Mustaqimah (2020) menyatakan terdapat beberapa pasta gigi yang mengandung gelatin dari lemak hewan yang belum



diketahui secara pasti gelatin hewan yang digunakan. Keraguan akan sesuatu yang halal atau haram dalam islam disebut dengan syubhat yang seharusnya dihindari oleh umat muslim seperti sabda Nabi Muhamad SAW yang dikutip dalam Mahmud (2017). Nabi Muhamad SAW, bersabda :

*“Barang siapa yang menghindar dari yang samar maka dia telah menjaga agamanya dan kehormatannya. Dan barang siapa yang terjatuh dalam perkara yang samar maka sangat tinggi sekali potensinya untuk terjerembab pada suatu yang terlarang” (HR. Al-Bukhari dan Muslim).*

Presepsi mengenai labelisasi halal pada penelitian ini diketahui berdasarkan hasil skor kuisioner variabel labelisasi halal yang dapat dilihat pada gambar 4.2. Gambar tersebut menunjukkan bahwa rata-rata presepsi labelisasi halal pada mahasiswa UNISSULA memiliki skor yang tinggi sebesar 88%. Presepsi labelisasi halal yang tinggi dapat dipengaruhi oleh agama responden yang sebagian besar muslim. Umat muslim kebanyakan memilih produk yang pasti tentu halal daripada produk yang tidak dapat dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang (Rakhi, 2019). Hal ini karena umat islam diwajibkan mengkonsumsi produk yang halal sesuai dengan syariat islam. Umat islam menganggap bahwa label halal penting, namun dalam keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor (Huda dkk, 2018).

Faktor budaya adalah faktor mendasar bagi masyarakat untuk memutuskan membeli produk karena budaya berkembang dari satu generasi ke generasi berikutnya yang berisikan nilai, adat, kebiasaan, peraturan, norma dan kepercayaan yang berkembang di masyarakat (Hikmawati dkk, 2016). Agama merupakan salah satu faktor budaya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena agama mengatur segala sesuatu yang diizinkan dan dilarang.

Agama islam dalam keputusan pembelianya tidak hanya memperhatikan kebutuhan maupun harga melainkan mengenai kehalalan produk tersebut. Hal ini dikarenakan umat islam percaya akan adanya hari kiamat dan akhirat sehingga dalam pengkonsumsian mengutamakan ibadah daripada duniawi (Huda dkk, 2018). Penelitian Nurrachmi dan Setiawan (2020) menyebutkan bahwa agama islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk halal.

Faktor pribadi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada penelitian ini dipengaruhi oleh usia dan jenis kelamin. Usia dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin bertambahnya usia semakin bertambah pula pengalaman hidupnya. Pengalaman yang lebih banyak akan memudahkan seseorang menerima informasi serta dapat merubah perilaku ke arah positif (Khairunnisa dkk, 2021). Usia remaja akhir memiliki karakteristik pengambilan keputusan yang semakin meningkat terkait pilihan hidupnya (Miski dan Mawarpury, 2017). Remaja akhir dalam penelitian ini memiliki keputusan pembelian tinggi. Hal ini dikarenakan pada usia tersebut sudah mulai tumbuh rasa komitmen yang besar terhadap dirinya dan orang sekitar terutama dalam hal pengkonsumsian (Fathimah, 2017).

Jenis kelamin dapat mempengaruhi keputusan pembelian pasta gigi yang berbeda. Perempuan memiliki tingkat keputusan pembelian pasta gigi yang tinggi. Hal ini dapat dikenakan perempuan lebih rinci dalam memperhatikan label kemasan daripada laki-laki (Fathimah, 2017). Laki-laki dalam membeli produk biasanya dipengaruhi oleh nilai ekonomisnya sedangkan perempuan lebih

dipengaruhi oleh kualitas produk (Fitri, 2016). Perempuan juga lebih mudah terpengaruh konformitas sosial (Sreen dkk, 2018). Konformitas sosial adalah penyesuaian individu dalam mengubah sikap dan tingkah laku sesuai dengan norma sosial yang ada (Azizah dan Kardiyem, 2020). Contohnya gaya hidup halal yang sedang sedang populer di Indonesia, seperti mengkonsumsi produk halal.

Faktor sosial dapat mempengaruhi keputusan pembelian pasta gigi. Faktor sosial terdiri dari kelompok acuan, keluarga serta peran dan status sosial. Strata sosial ada berdasarkan hirarki tertentu seperti pekerjaan, pendidikan dan penghasilan (Hikmawati dkk, 2016). Pendidikan dapat dibagi menjadi pendidikan formal, non formal dan informal. Jenjang pendidikan merupakan pendidikan formal yang memiliki persyaratan dan terikat legalitas formal (Indy dkk, 2019). Pendidikan formal yang lebih tinggi akan mengarah pada pengetahuan dan sikap yang lebih baik (Susilawati dan Damayanti, 2020). Jenjang pendidikan S1 memiliki tingkat keputusan pembelian sedang. Hal ini dapat dikarenakan lingkungan tempat tinggal mahasiswa S1 mayoritas tinggal di kos/kontrakan. Mahasiswa kos/kontrakan yang belum bekerja dan jauh dengan orang tua mengandalkan pendapatnya dari kiriman orang tua setiap bulan (Risyanu dkk, 2019). Uang saku mempengaruhi pembelian pada mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki uang saku lebih banyak tentunya berbeda dengan mahasiswa yang memiliki uang saku cukup (Wulandari, 2022). Mahasiswa kos/kontrakan dalam melakukan pembelian lebih bersifat selektif, mereka lebih menghemat dengan memilih produk-produk yang lebih murah daripada produk yang sedang populer untuk menghindari pemborosan (Wulantar dan Armasyah, 2017). Pemenuhan

kebutuhan mahasiswa kos/kontrakan sangat mudah dipengaruhi oleh teman sebaya sehingga dalam pembelinya dipengaruhi oleh saran dan informasi dari teman sebaya (wulandari, 2022).

Responden mayoritas mempercayai kehalalan pasta gigi yang berlabel halal yang ditunjukkan oleh jawaban setuju pada pertanyaan nomer 4 sebesar 89,1%. Hasil ini sama dengan hasil penelitian oleh Rakhi (2019) yang menyimpulkan jika mayoritas responden mempercayai kehalalan produk dengan label halal. Responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 4,2%, hal ini sama dengan penelitian Dewi (2020), yang menyatakan bahwa sebagian responden tetap melihat dan membaca komposisi bahan untuk lebih yakin dan percaya bahwa produk yang dipilih benar-benar aman untuk dikonsumsi.

Responden dalam keputusan pembeliannya, mayoritas mempertimbangkan labelisasi halal sebagai pertimbangan pertama dalam memilih pasta gigi, yang ditunjukkan oleh jawaban setuju pada pertanyaan nomer 8 sebesar 66,6%. Hasil ini sama dengan penelitian Rakhi (2019), yang menyatakan bahwa mayoritas responden menjadikan label halal sebagai pertimbangan utama dalam membeli produk. Responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 33,4%, hal ini sama dengan penelitian Indraswari dkk (2019), yang menyatakan 1,7% responden tidak mempertimbangkan label halal pada keputusan pembelian. Penelitian Khoerunnisa dkk (2016), responden dalam keputusan pembeliannya tidak memperhatikan label halal melainkan komposisi dari produk tersebut dan penelitian Antonika dkk (2015), menyatakan responden lebih mempertimbangkan *brand* tanpa memperhatikan label halal.

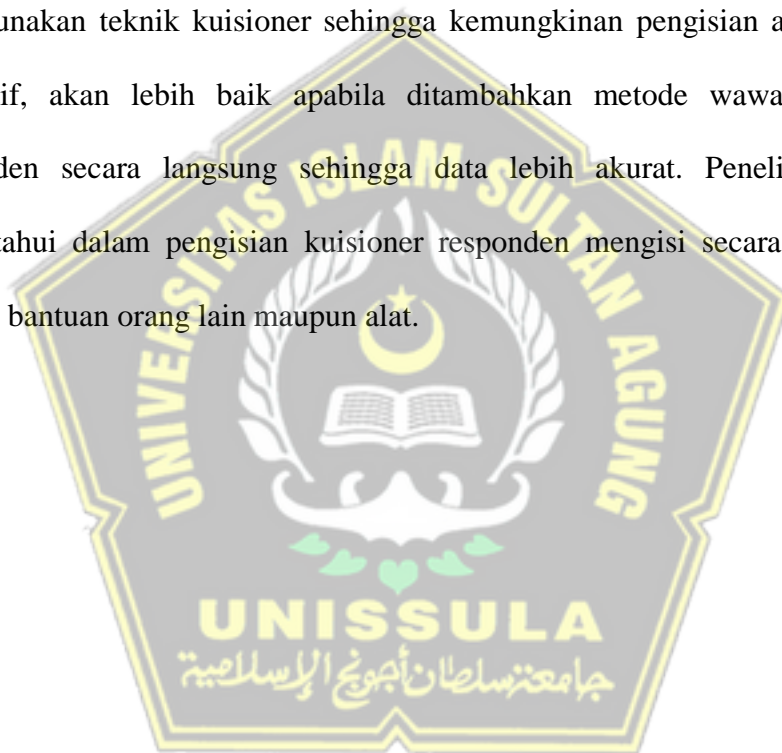
Responden dalam evaluasi paska pembelian menyatakan tidak setuju terhadap penggunaan pasta gigi yang berlabel halal maupun tidak berlabel halal adalah sama saja sebesar 40%. Hal ini dikarenakan labelisasi halal dapat memberikan rasa aman dan nyaman saat mengkonsumsi produk terutama bagi umat muslim (Alfian dan Marpaung, 2017). Responden yang menyatakan setuju menggunakan pasta gigi yang berlabel halal maupun tidak berlabel halal adalah sama saja sebesar 21,6%. Hasil ini sama dengan penelitian Sitompol (2021), yang menyimpulkan bahwa responden tidak menganggap penting label halal pada produk kosmetik, karena label halal masih hanya sebatas untuk produk pangan seperti makanan dan minuman sehingga mengkonsumsi pasta gigi yang berlabel halal maupun tidak adalah sama saja.

Labelisasi halal pada penelitian ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian pasta gigi. Hasil ini sama dengan penelitian Rakhi (2019) yang menyatakan bahwa labelisasi halal dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian Choirunnisa dan Firmansyah (2021) juga menyatakan bahwa labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil korelasi penelitian ini sebesar 0,616 dengan arah korelasi positif yang artinya labelisasi halal memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian. Adanya labelisasi halal yang tinggi dapat meningkatkan keputusan pembelian pasta gigi yang tinggi. Hasil ini mendukung dari penelitian yang dilakukan Wahyurini dan Trianasari (2020) yang menyatakan labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### 4.3. Hambatan dan Keterbatasan Penelitian

Hambatan yang ditemui dalam penelitian yang pertama responden kurang kooperatif dalam penelitian seperti mengabaikan tautan undangan *whatsapp* atau tidak merespon. Hambatan yang kedua penelitian ini dilakukan secara daring sehingga peneliti cukup kesulitan untuk mendapatkan kontak responden.

Keterbatasan dalam penelitian, pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik kuisisioner sehingga kemungkinan pengisian angket bersifat subjektif, akan lebih baik apabila ditambahkan metode wawancara kepada responden secara langsung sehingga data lebih akurat. Peneliti juga tidak mengetahui dalam pengisian kuisisioner responden mengisi secara mandiri atau dengan bantuan orang lain maupun alat.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

1. Labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pada mahasiswa UNISSULA.
2. Tingkat persepsi labelisasi halal pada mahasiswa UNISSULA memiliki tingkat persepsi labelisasi halal yang tinggi sebesar 88%.
3. Tingkat keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal pada mahasiswa UNISSULA memiliki tingkat keputusan yang tinggi dan sedang. Keputusan pembelian yang tinggi dipengaruhi oleh faktor agama dan pribadi. Keputusan pembelian yang sedang dipengaruhi oleh faktor sosial.

#### **5.2. Saran**

1. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian dapat dilakukan secara luring untuk lebih mempermudah mendapatkan responden serta dapat memastikan responden mengisi kuisisioner secara mandiri.
2. Metode wawancara secara langsung dengan responden dapat dilakukan oleh penelitian selanjutnya, sehingga dalam pengisian kuisisioner hasil jawaban dapat lebih akurat dan mencerminkan jawaban sebenarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Y. *et al.* (2019) 'Pentingnya Penyuluhan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM)', *Jurnal Graha Pengabdian*, 1(2).
- Alfian, I. and Marpaung, M. (2017) 'Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan', *At-Tawassuth*, 2(1).
- Amin, M. Al and Juniati, D. (2017) 'Klasifikasi Kelompok Umur Manusia Berdasarkan Analisis Dimensi Fraktal Box Counting Dari Citra Wajah Dengan Deteksi Tepi Canny', *MATHunesa*, 2(6).
- Antonika, A., Rangga, A. and Nurainy, F. (2015) 'Analisis Perilaku Mahasiswa dalam Proses Keputusan Pembelian Produk Pangan Halal: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Lampung', *Jurnal Teknologi Industri & Hasil Pertanian*, 20(2).
- Aspan, H. *et al.* (2017) 'The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City)', *International Journal of Global Sustainability*, 1(1). Available at: <https://doi.org/10.5296/ijgs.v1i1.12017>.
- Awaiz.Faiza, Shahzad.HB, Kiran.Naheed, K.A. (2019) 'Factors influencing consumers' choices of oral hygiene products: A cross-sectional study', *Makara Journal of Health Research*, 23(3), pp. 138–142. Available at: <https://doi.org/10.7454/msk.v23i3.1156>.
- Azizah, N. and Kardiyem (2020) 'Pengaruh Perfeksionisme, Konformitas, dan Media Sosial terhadap Prokrastinasi Akademik dengan Academic Hardiness sebagai Variabel Moderasi', *Economic Education Analysis Journal*, 9(1).
- Bahari, A.F. and Ashoer, M. (2018) 'Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata', 5(1), pp. 69–78. Available at: <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/minds>.
- BPS Jawa Tengah (2019) *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jawa), 2017-2019*. Available at: <https://jateng.bps.go.id/indicator/40/170/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>.
- BPS Jawa Tengah (2021) *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Agama yang Dianut di Provinsi Jawa Tengah, 2019 - 2021*. Available at: <https://jateng.bps.go.id/statictable/2020/07/20/1881/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama-yang-dianut-di-provinsi-jawa-tengah-2019---2021.html>.
- Bridgman, T., Cummings, S. and Ballard, J. (2019) 'Who built maslow's pyramid? A history of the creation of management studies' most famous



*symbol and its implications for management education*, *Academy of Management Learning and Education*, 18(1). Available at: <https://doi.org/10.5465/amle.2017.0351>.

Brigitta Revia S. F, T.I.P.H. (2018) 'Proses Pengambilan Keputusan Keikutsertaan Asuransi Bpjs Sebagai Penjamin Kesejahteraan Kesehatan Keluarga', *Komunikatif*, 6(1), pp. 40–50. Available at: <http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/1600>.

Budiastuti dyah, bandus agustinus (2018) *Validitas dan Reliabilitas Penelitian pertama*. Jakarta: Mitra wacana media.

Bulan, T.P.L., Fazrin, K. and Rizal, M. (2018) 'Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa', *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2). Available at: <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>.

Choirunnisa, R. and Firmansyah, E.A. (2021) 'Muslim Consumer Behavior and Purchase', *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 5(1). Available at: <https://doi.org/10.30983/es.v5i1.4170>.

Daly, S. *et al.* (2019) 'A randomised clinical trial to determine the effect of a toothpaste containing enzymes and proteins on gum health over 3 months', *Journal of Dentistry*, 80(August 2018), pp. S26–S32. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jdent.2018.12.002>.

Dewi, N.S.A.A. (2020) 'Kajian Kesadaran Konsumsi Pangan Halal Pada Pelajar SLTP', *Indonesian Journal of Halal*, 3(1).

Elfiyani, R. *et al.* (2015) 'Perbandingan Antara Penggunaan Pengikat Dan Humektan Terhadap Sifat Fisik Sediaan Pasta Gigi Ekstrak *Etanol* 96% Daun Sosor Bebek (*Bryophyllum Pinnatum* [Lam.] Oken)', *Media Farmasi*, 12(2), pp. 139–151. Available at: <https://doi.org/10.12928/mf.v12i2.3755>.

Faridah, H.D. (2019) 'Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan dan Implementasi', *Journal of Halal Product and Research*, 2(2).

Fathimah, F. (2017) 'Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kebiasaan Memeriksa Label Halal Kemasan Pangan Pada Santriwati', *Darussalam Nutrition Journal*, 1(1). Available at: <https://doi.org/10.21111/dnj.v1i1.1020>.

Fathurroja, A. *et al.* (2018) 'Gambaran Identitas Etnis Remaja Suku Jawa dan Sunda', *Jurnal Psikologi Islam dan Budaya*, 1(2). Available at: <https://doi.org/10.15575/jpib.v1i2.3412>.

Fibryanto, E. (2019) 'Efektivitas Pasta Gigi Pemutih Terhadap Perubahan Warna Gigi Ekstrinsik', 1(2), pp. 5–7. Available at: <https://www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/jkgt/article/view/6340>.

Fitri, A.R.P. (2016) 'Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan

Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro', *Jurnal Edutama*, 3(2).

- Gintu, AR; Kristiani, EBE; Martono, Y. (2020) 'Karakterisasi Pasta Gigi Berbahan Abrasif Hidroksiapatit (Hap)', *kimia riset*, 2(2), pp. 124–125. Available at: <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/22503-91417-1-PB.pdf>.
- Hasmayni, B. and Lumbanbatu, J.S. (2019) 'Gambaran *lifelifestyle* pada mahasiswa fakultas psikologi pengguna iphone di Universitas Medan Area', *Jurnal TEKESNOS*, 1(1).
- Hikmawati, K.A., Arifin, Z. and Hidayat, K. (2016) 'PEMBELIAN ( Survei terhadap Mahasiswa Peserta Telkomsel *Apprentice* Program Pembeli Kartu SimPATI di GraPARI Telkomsel Malang )', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(2), pp. 11–18. Available at: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/1450/1829>.
- Huda, N., Hulmansyah, H. and Rini, N. (2018) 'Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim', *Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 2(2). Available at: <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i2.3944>.
- Hulukati, W. and Djibran, M.R. (2018) 'Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo', *Bikotetik (Bimbingan dan Konseling Teori dan Praktik)*, 2(1). Available at: <https://doi.org/10.26740/bikotetik.v2n1.p73-80>.
- Ilmi, M. (2017) Formulasi Pasta Gigi Kombinasi Ekstrak Daun Sirih Merah (Piper Crocatum Ruitz & Pav) Dan Propolis Dan Uji Aktivitas Antibakteri Terhadap Streptococcus Mutans. universitas islam negri maulana malik ibrahim malang. Available at: <http://etheses.uin-malang.ac.id/11514/1/13670012.pdf>.
- Ilyas, M. (2017) 'Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat', *jurnal Al Qodau*, 4(2).
- Imas Masturoh, N.A.T. (2018) Metodologi Penelitian Kesehatan. Pertama. Edited by R.Y. Priyati. Jakarta: KEMENKES RI.
- Indraswari, R., Kartika, L. and Septiani, S. (2019) 'Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal di Kota Bogor', *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(2). Available at: <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i2.2749>.
- Indy, R., Waani, F.J. and Kandowanko, N. (2019) 'Peran Pendidikan Dalam Proses Perubahan Sosial Di Desa Tumulung Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara', *HOLISTIK, Journal Of Social and Culture*, 12(4).
- Irfanita, N. et al. (2017) 'Rapid detection of gelatin in dental materials using attenuated total reflection fourier transform infrared spectroscopy (ATR-

- FTIR)', in *Journal of Physics: Conference Series*. Available at: <https://doi.org/10.1088/1742-6596/884/1/012090>.
- Joyo, A. (2018) 'Kata Kunci: Literasi, Kearifan Lokal, Karakter.', *Jurnal KIBASP (Kajian Bahasa, Sastra dan Pengajaran)*, 1(2), pp. 159–170. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/256081-gerakan-literasi-dalam-pembelajaran-baha-dc455f80.pdf>.
- Kaur, K. et al. (2018) 'Is Halal a Priority in Purchasing Cosmetics in Malaysia among Muslim Malaysian Women?', *International Journal of Business, Economics and Law*, 15(3).
- Kemendikbud (2016) Analisis Kearifan Lokal Ditinjau Dari Keragaman Budaya Tahun 2016. Edited by M. Dokhi et al. Jakarta: PDSPK Kemdikbud RI.
- Khairunnisa z, K. z, Sofia, R. and Magfirah, S. (2021) 'Hubungan Karakteristik Dan Tingkat Pengetahuan Dengan Perilaku Pencegahan Covid-19 pada Masyarakat Desa Paya Bujok Blang Pase Kota Langsa', *AVERROUS: Jurnal Kedokteran dan Kesehatan Malikussaleh*, 7(1). Available at: <https://doi.org/10.29103/averrous.v7i1.4395>.
- Khoerunnisa, T., Sunaryo and Puspaningrum, A. (2016) 'Pengaruh Kepercayaan Agama, Logo Halal, Pemaparan, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Merek dan Keputusan Pembelian Makanan Halal pada Penduduk Kota Malang', *Ekonomi Bisnis*, 21(1).
- Knakes (2020) Daftar Referensi Bahan-bahan yang Memiliki Titik Kritis Halal dan Substitusi Bahan Non Halal. Pertama. Edited by Novita Heny Purwanti. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. Available at: <https://knks.go.id/storage/upload/1611664891-Buku Referensi Titik Kritis Halal dan Substitusi Non Halal-min.pdf>.
- Listrianah (2017) 'Hubungan Menyikat Gigi dengan Pasta Gigi yang Mengandung Herbal terhadap Penurunan Skor Debris pada Pasien Klinik Gigi An-Nisa Palembang', *Jurusan Keperawatan Gigi Poltekkes Kemenkes Palembang*, 12, pp. 83–94. Available at: <https://jurnal.poltekkespalembang.ac.id/index.php/JPP/article/view/18>.
- mahmud, MR; pratiwi, I. (2019) 'literasi numerisasi siswa dalam perencanaan masalah tidak terstruktur', *kalamatika*, 4(1), p. 71. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/333336381\\_LITERASI\\_NUMERISASI\\_SISWA\\_DALAM\\_PEMECAHAN\\_MASALAH\\_TIDAK\\_TERSTRUKTUR](https://www.researchgate.net/publication/333336381_LITERASI_NUMERISASI_SISWA_DALAM_PEMECAHAN_MASALAH_TIDAK_TERSTRUKTUR).
- Mahmud Amir (2017) 'Kajian Hadis tentang Halal, Haram, dan Syubhat', *Jurnal Adabiyah*, 17(2). Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/JAd.v17i1i2a3>.
- Millatina, A.N. et al. (2022) 'The Impact of Halal Label in Halal Food Buying Decisions', *Journal of Islamic Economic Laws*, 5(1). Available at:

<https://doi.org/10.23917/jisel.v5i1.17139>.

- Miski, R. and Mawarpury, M. (2017) 'Pengambilan Keputusan Pada Remaja Yang Mengalami Pengasuhan Otoriter', *Jurnal Ecopsy*, 4(3). Available at: <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v4i3.4297>.
- Nabilah, D. (2019) Gambaran Pemakaian Pasta Gigi Yang Mengandung Lemon Essence Dan Sea Salt Dengan Pasta Gigi Biasa Terhadap Penurunan Indeks Plak Pada Siswa/I Kelas Vi Sdn 026559 Binjai Kec Binjai Barat. politeknik kesehatan kemenkes medan. Available at: [http://repo.poltekkes-medan.ac.id/jspui/bitstream/123456789/721/1/KTI\\_JURNAL\\_DEA.pdf](http://repo.poltekkes-medan.ac.id/jspui/bitstream/123456789/721/1/KTI_JURNAL_DEA.pdf).
- Nasution, A.I., Gani, B.A. and Asbarini, F. (2018) 'Topografi Dentin Setelah Penyikatan Dengan Sodium Lauryl Sulfate Pada Berbagai Durasi Waktu Ditinjau Dengan Atomic Force Microscopy Dentin Topography After Brushed Within Sodium Lauryl Sulfate in Several Durations Assessed By Atomic Force Microscopy', *Cakradonya Dent J*, 10(1), pp. 31–37. Available at: <http://e-repository.unsyiah.ac.id/CDJ/article/view/10613>.
- Nawaly1, H., Pagaya1\*, J. and Martha Kaihena1 (2019) 'RPBJ | Rumphius Pattimura Biological Journal 12 Vol 1 | No 1 | Maret | 2019', *RUMPHIUS PATTIMURA BIOLOGICAL JOURNAL*, 1(1), pp. 12–17.
- Novita, C.F., Herwanda, . and Auzan, M.F. (2018) 'Gambaran Tingkat Pengetahuan Tentang Fluorida Pada Masyarakat Kota Banda Aceh Pada Tahun 2015', *Cakradonya Dental Journal*, 10(1), pp. 53–58. Available at: <https://doi.org/10.24815/cdj.v10i1.10617>.
- Nurrachmi, I. and Setiawan, S. (2020) 'Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Halal', *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(2). Available at: <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v7i2.3521>.
- Nuruwael, J. (2016) Pengaruh Pasta Gigi Pemutih Terhadap Kekerasan Dan Kekasaran Mikro Enamel Gigi Manusia. hasanudin makasar. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/77628639.pdf>.
- Octarina *et al.* (2019) 'Pengaruh Pasta Gigi Dengan Kandungan Nano Kalsium Dan Nano Kitosan Terhadap Kekerasan Permukaan Email', *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 0(0), pp. 1-2.2–1.2.6. Available at: <https://trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/pakar/article/view/4138>.
- Oktafiani, D. and Yahya (2020) 'Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Surabaya Dea Oktafiani Yahya Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ) Surabaya', *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(9), pp. 1–16. Available at: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1603>.
- PDDikti Feeder (2016) Data Mahasiswa Unissula. Available at:

<http://feeder.unissula.ac.id/posts/mahasiswa>.

- PDDikti Kemdikbud (2020) Statistik Mahasiswa. Available at: <https://pddikti.kemdikbud.go.id/mahasiswa>.
- Pitoyo, A.J. and Triwahyudi, H. (2018) 'Dinamika Perkembangan Etnis di Indonesia dalam Konteks Persatuan Negara', *Populasi*, 25(1). Available at: <https://doi.org/10.22146/jp.32416>.
- Pratama, A.A.N. and Yudiana, F.E. (2020) Perilaku konsumen muslim. Edited by Mochlasin. Salatiga: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Salatiga. Available at: [http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/10235/1/Buku Aziz - Fetria\\_\\_Perilaku Konsumen ok.pdf](http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/10235/1/Buku_Aziz_-_Fetria__Perilaku_Konsumen_ok.pdf).
- Pratita Baredeta Wahyu Astri, Pratiko Heri, S. (2018) 'Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan di Kober Bar Malang', *Jurnal Pendidikan*, 3(4), pp. 497–503. Available at: <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/>.
- Qazzafi sheikh (2019) 'consumer buying decision process toward products', *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 2(5), p. 131. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/336047692\\_CONSUMER\\_BUYING\\_DECISION\\_PROCESS\\_TOWARD\\_PRODUCTS](https://www.researchgate.net/publication/336047692_CONSUMER_BUYING_DECISION_PROCESS_TOWARD_PRODUCTS).
- Rahayu, W.S., Utami, I. and Mahardika, B. (2021) 'Halal Authentication of Toothpaste with FTIR Combine with Chemometrics', *Journal of Chemometrics and Pharmaceuticals Analysis*, 2021(2).
- Rakhi, H. (2019) 'Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik: Studi Kasus Kota Pontianak', *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1). Available at: <https://doi.org/10.32678/ije.v10i1.119>.
- Ramdhan, T.W. (2019) 'Interelasi Islam dan Agama Serta Adat Jawa', *al-Thiqah*, 02(02).
- Redaputri, A.P., Prastyo, Y.D. and Barusman, M.Y.S. (2021) 'Analisis Kepuasan Mahasiswa dalam Pelaksanaan Pembelajaran Online di Era Pandemi Covid-19', *Lectura: Jurnal Pendidikan*, 12(1). Available at: <https://doi.org/10.31849/lectura.v12i1.5463>.
- Risyanu, F., Adiyasa, I. and Laraeni, Y. (2019) 'Preferensi Dan Pola Konsumsi Mie Instan Pada Mahasiswa Jurusan Gizi Dan Analisis Kesehatan Poltekkes Kemenkes Mataram Yang Tinggal Di Kost Dan Tidak Kost', *Prime Nutrition Journal*, 1(1).
- Roswiem, A.P. and Mustaqimah, D.N. (2020) *Identification of Gelatin source in Toothpaste products using Combination of Attenuated Total Reflection-Fourier Transform Infrared (ATR-FTIR) Spectroscopy and Chemometrics*,

- Sahir, S.H., Ramadhan, A. and Tarigan, E.D.S. (2018) 'Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan', *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(031).
- Salim, A., Muharir, M. and Mahendra, M. (2021) 'Sosialisasi Produk Halal Dalam Islam Pada Perusahaan Limbah CV. Abinesia', *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 1(2). Available at: <https://doi.org/10.36908/akm.v1i2.188>.
- Shodiq, F., Kosasih, E. and Maslihah, S. (2020) 'Need To Belong Dan Of Missing Out Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram', *Jurnal Psikologi Insight*, 4(1). Available at: <https://doi.org/10.17509/insight.v4i1.24595>.
- Sitompol, S. (2021) 'Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating', *jurnal kajian ekonomi hukum syariah*, 7(1), pp. 50–64. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.37567/shar-e.v7i1.402>.
- Sofuwan, T.M. and Nurrahmi, M. (2015) 'Pengaruh Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi pada PT.Sequislife Insurance Cabang Palembang', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), pp. 1–14. Available at: [http://jurnal.umpalembang.ac.id/ilmu\\_manajemen/article/view/301](http://jurnal.umpalembang.ac.id/ilmu_manajemen/article/view/301).
- Sonia Cipta Wahyurini and Trianasari, N. (2020) 'Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah', *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1). Available at: <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>.
- Sreen, N., Purbey, S. and Sadarangani, P. (2018) 'Impact of culture, behavior and gender on green purchase intention', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.12.002>.
- Subramanian, S. *et al.* (2017) 'The Role of Abrasives in Dentifrices', *journal of pharmaceutical sciences and research*, 9(2), pp. 221–224. Available at: [https://www.researchgate.net/profile/Sangeetha-Subramanian-3/publication/316696976\\_The\\_role\\_of\\_abrasives\\_in\\_dentifrices/links/599d7ecc0f7e9b892bb3ca71/The-role-of-abrasives-in-dentifrices.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Sangeetha-Subramanian-3/publication/316696976_The_role_of_abrasives_in_dentifrices/links/599d7ecc0f7e9b892bb3ca71/The-role-of-abrasives-in-dentifrices.pdf).
- Sudhakar, U., Arun, T. and Ashika Yesudhas (2019) 'A survey on the various factors that influence a customer's choice of toothpaste in Mogappair Population', *International Journal of Current Research*, 11(3), pp. 1959–1964.
- Suryono, S. *et al.* (2019) 'Global Halal Center - Unissula mengabdikan untuk menyelamatkan umat melalui penyusunan instrumen Muslim Friendly', *Indonesian Journal of Community Services*, 1(1). Available at:

<https://doi.org/10.30659/ijocs.1.1.1-15>.

Susilawati, S. and Damayanti, N.A. (2020) 'Karakteristik Pasien dengan Keputusan Pembelian Jasa Layanan Kesehatan Gigi dan Mulut', *Jurnal Keperawatan Silampari*, 4(1). Available at: <https://doi.org/10.31539/jks.v4i1.1472>.

Taan.H (2017) *Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja*. Yogyakarta: Zahir Publishing. Available at: <https://www.google.com/search?q=buku+tentang+keputusan+pembelian+pdf&oq=buku+tentang+keputusan+&aqs=chrome.2.69i57j0l3j0i22i30l6.10872j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>.

Warasto, H.N. (2018) 'Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur)', *semarak*, 1(1), pp. 1–12. Available at: <https://doi.org/10.32493/smk.v1i1.1243.y2018>.

Wardani, M.E. (2019) 'Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung', *Skripsi* [Preprint], (2).

Wawo, E.B., Wowor, P.M. and Siagian, K. V (2016) 'Uji Pengaruh Penggunaan Pasta Gigi Dengan Kandungan Detergen Sodium Lauryl Sulfate Terhadap Kecepatan Alir Saliva Pada Masyarakat Di Desa Walantakan', *Pharmakon*, 5(4), pp. 46–51. Available at: <https://doi.org/10.35799/pha.5.2016.13973>.

Wibowo, D.E. dan M.B.D. (2018) 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan', *Indonesia Journal of Halal*, 1(1). Available at: <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3400>.

Widyaningrum, P.W. (2017) 'Pengaruh Label Halal dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wardah di Ponorogo)', *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6(2).

Wijayanti, S.K., Fahleti, W.H. and Arinato, J. (2019) 'BERKUNJUNG KE KEDAI KOPI ( Studi Kasus Pada Kedai Kopi XYZ di Samarinda )', *of Accounting and Business Management*, 3(2), pp. 255–266. Available at: <http://ejurnal.untag-smd.ac.id/index.php/RJABM/article/download/4427/4326>.

wulandari, W. (2022) 'Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion di Lingkungan Mahasiswa Kost', *Sosio e-Kons*, 14(2). Available at: <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v14i2.12584>.

Wulantari Raden ayu, A.A. (2017) 'Gaya Hidup Mahasiswi Migran dan Non Migran di Kota Palembang (Studi Kasus: Mahasiswi Migran dan Non

Migran di Universitas PGRI Palembang)', *Demography Journal of Sriwijaya*, 2(1).

