

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Setiap manusia pasti mempunyai banyak sekali kebutuhan. Yang dimana kebutuhan tersebut seperti kebutuhan pangan, kebutuhan rumah, kebutuhan rasa aman, kebutuhan rasa memiliki dan kebutuhan akan harga diri. Jelas kebutuhan setiap individu berbeda-beda begitu juga kebutuhan antara pria dan wanita. Kebutuhan wanita memang sedikit berbeda dibandingkan dengan kebutuhan laki-laki. Bagi wanita ada kebutuhan yang dirasa sangat penting yaitu kebutuhan yang khususnya pada penampilan, karena wanita ingin terlihat cantik di depan orang lain.

Kebutuhan manusia itu adalah dimana keadaan itu datang dari pemuasan dasar yang jelas dirasakan dan di sadari. Menurut Kotler kebutuhan itu adalah suatu keadaan dimana merasakan suatu kekurangan atas suatu kepuasan dasar tertentu. Sama dengan kepuasan saat menggunakan suatu kosmetik. Yang dimana kosmetik ini hadir dengan suatu tujuan untuk memberikan dan memenuhi kebutuhan yang mendasar dari wanita atas kecantikan. Dan pada zaman sekarang kosmetik ini sudah menjadi suatu kebutuhan primer bagi wanita.

Keadaan dan kodrat dari setiap manusia berbeda-beda menjadikan setiap individu itu memiliki kebutuhan yang berbeda pula. Dimana misal kebutuhan seorang anak berbeda dengan kebutuhan orangtuanya, dan begitu juga ada laki-laki dan w anita yang memiliki kebutuhan yang berbeda pula. Wanita membutuhkan penampilan yang menarik dan menurut mereka penampilan sangatlah penting, karena kebanyakan wanita ingin selalu terlihat cantik dan menarik di depan orang lain. Dari kebutuhan wanita ini lah menjadikan suatu potensi pasar yang sangat besar pada industri kosmetik.

Di dalam kehidupan sehari-hari yang tanpa disadari sebagian besar wanita memiliki kebiasaan mulai dari bangun tidur hingga akan tidur lagi menggunakan rangkaian produk kosmetik. Karena itu persaingan pasar antar pasar industri

kosmetik semakin meningkat dan kompetitif. Hal ini juga dikarenakan adanya produksi kosmetik baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri yang berbeda.<sup>1</sup>

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki populasi penduduk muslim terbesar di dunia. Dari data yang dilihat dari Industry.co pemegang agama islam di Indonesia mencapai 229 juta jiwa dengan persentase 87,2% dari jumlah total penduduk 273,5 juta jiwa. Dari data tersebut, menjadi peluang besar bagi perusahaan produk halal untuk memenuhi kebutuhan pemakai produk halal di Indonesia. Dengan mayoritas penduduk muslimnya di Indonesia, perhatian terhadap suatu perilaku konsumen produk halal menjadi bagian dari penilaian penting dalam mengembangkan dan mencapai keberhasilan di dalam bidang industri halal. Selain dari struktur industri dan persaingan, serta situasi perekonomian dan kebijakan perdagangan serta respon dari konsumen merupakan suatu determinan dalam melihat potensi dan trend industri halal. Dengan besarnya peluang perusahaan harus memenuhi kebutuhan konsumen muslim dengan mencantumkan keterangan yang berhubungan dengan produk.

Produk kosmetik sendiri memiliki resiko yang besar dalam masing-masing brand dimana penggunaannya harus diperhatikan. Menggunakan produk memang harus memperhatikan kandungan yang ada di dalamnya, mengingat bahwa kandungan dari bahan-bahan kimia. Kesadaran masyarakat mengenai tingkat keamanan suatu produk yang terkandung dalam kosmetik sudah meningkat seiring dengan munculnya berbagai kasus yang ada dalam penggunaan kosmetik. Tetapi, walaupun kesadaran akan zat-zat berbahaya dalam masyarakat sudah meningkat, kesadaran masyarakat muslim untuk memperhatikan kehalalan suatu produk masih rendah.

Halal itu diperuntukkan untuk semua umat muslim, dan halal juga diperuntukkan untuk segala sesuatu yang baik dan bersih yang dimana akan dikonsumsi oleh manusia menurut syariat islam. Allah telah menegaskan dalam QS. Al-Maidah ayat 3 :

---

<sup>1</sup> Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), h. 38.

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْفُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَامِ ذَلِكُمْ فِسْقٌ الْيَوْمَ بَيِّنَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتِمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرَ 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 terpukul, yang jatuh, yang ditanduk dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya dan di haramkan bagimu yang disembelih untuk berhala. Dan diharamkan juga mengundi nasib dengan anak panah. (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu. Jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.*<sup>2</sup>

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa diharamkan bagi kita memakan bangkai, darah, daging babi dan juga hewan yang di sembelih bukan atas nama Allah, dan juga diharamkan daging hewan yang sudah di terkam oleh binatang buas, yang tercekik, yang di pukul dan yang di tanduk. Apabila hewan yang di terkam, di tanduk, di cekik dan di pukul itu sempat disembelih sebelum mati hukumnya halal. Dan surat Al-Maidah ini juga menjelaskan tentang diharamkan nya hewan yang disembelih untuk berhala, dan diharamkan pula mengundi nasib dengan anak panah. Mengundi nasib dengan anak panah ini haram dilakukan karena Orang Arab Jahiliyah menggunakan anak panah ini sebagai penentu mereka untuk melakukan sesuatu yang boleh atau tidak boleh dilakukan. Dimana mereka menggunakan 3 anak panah yang belum memakai bulu untuk di pasang tulisan dengan kata-kata “lakukan” “jangan lakukan” dan yang satu lagi dibiarkan kosong tidak ada tulisan. Semua anak panah itu di letakkan di dalam ka’bah, ketika mereka ingin melakukan suatu perbuatan mereka meminta tolong kepada juru kunci ka’bah untuk mengambilkan satu panah nya. Jika ternyata yang diambil panah nya tidak

<sup>2</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan* (Jakarta: Mumtaaz Media Islami, 2010), h.107.

bertuliskan apa-apa mereka akan mengulangi nya sekali lagi, dan mereka akan melakukan suatu perbuatan yang sesuai dengan tulisan yang ada pada anak panah tersebut. Hal seperti ini tidak boleh dilakukan karena termasuk kedalam perbuatan yang fasik.

Di dalam agama islam, seorang muslim harus memperhatikan kehalalan dari suatu produk, karena disetiap produk yang kita konsumsi baik dari makanan, minuman bahkan sampai ke kosmetik pun harus diperhatikan, karena semua yang di konsumsi akan mendarah daging di dalam tubuh. Kehalalan adalah suatu parameter yang utama di dalam memilih dan memproses produk termasuk kosmetik. Maka dari itu, kosmetik halal menjadi jawaban untuk para wanita muslim agar tetap terlihat cantik dan berpenampilan menarik tanpa harus takut akan melanggar aturan dalam islam dan menggunakan bahan yang halal yang sesuai dengan syariah islam.

Cara untuk membedakan suatu produk dengan produk yang lain nya adalah dengan memberikan atribut produk yang unik, maka dari itu sebagai pemasar harus mengetahui sejauh mana atribut dari produknya mampu memberikan suatu kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen<sup>3</sup>. Dan kita sebagai seorang muslim haruslah memperhatikan suatu produk dari label halal yang ada pada produk yang akan kita gunakan.

Labelisasi halal sendiri secara prinsip yaitu label yang di mana menunjukkan bahwa suatu produk tersebut sudah halal dan bebas dari kandungan-kandungan yang mengandung unsur haram.

Di Indonesia sendiri cara mudah untuk mengetahui apakah produk tersebut halal dan aman di lihat dari label halal dan sertifikasi yang ada pada produk tersebut. Yang di mana Labelisasi halal dan sertifikasi halal ini didapatkan dari MUI dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang didasari dengan surat keputusan bersama. Dan setelah mendapatkan sertifikasi halal dari MUI barulah produk bisa mencantumkan label halal tersebut pada kemasan produk nya. Dan

---

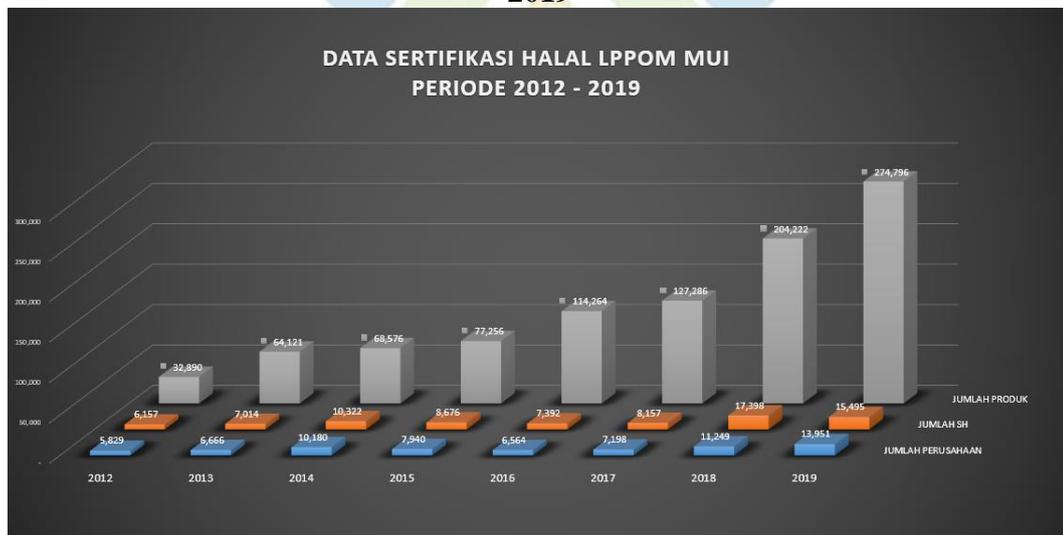
<sup>3</sup> Ferrinadewi, Erna, 2008, Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran, edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta

dengan adanya logo halal yang terdapat pada suatu produk kita bisa menilai bahwa produk tersebut sudah halal dan aman digunakan.<sup>4</sup>

Menurut BPOM kosmetik ilegal yang masuk ke Indonesia meningkat drastis. Pada tahun 2019 nilai kosmetik ilegal yang ditemukan BPOM mencapai Rp. 185,9 miliar dan ini meningkat dari tahun 2018 yang mencapai nilai sebesar Rp. 78,2 miliar dan pada tahun 2017 mencapai nilai sebesar Rp. 72,6 miliar.

LPPOM-MUI memberikan memberikan sertifikasi halal kepada produsen untuk produk-produk mereka yang dengan sukarela mendaftarkan produk nya untuk di audit di LPPOM-MUI. Berikut tabel sertifikasi halal di Indonesia dari tahun 2012-2019 <sup>5</sup>:

**gambar 1 1 Statistik Sertifikasi Halal LPPOM-MUI Pusat Periode 2012-2019**



Sumber: Halalmui.org

Dari gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap tahun nya selalu ada penambahan produk yang memiliki sertifikasi halal. Dari tahun 2012 yang hanya sekitar 6.167, di tahun 2013 mengalami peningkatan menjadi 7.014 sertifikasi halal, pada tahun 2013 sebesar 10.322, pada tahun 2014 sebesar 10.322, pada tahun 2015

<sup>4</sup> M. Makhumatina, “Pengaruh Halal Literacy, Religiusitas, dan Halal Involvement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah STAIN Pekalongan Tahun 2016”, *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*.

<sup>5</sup> <http://www.halalmui.org/mui14/main/page/data-statistik-produk-halal-lppom-mui-indonesia-2012-2019> (diakses pada tanggal 11 Februari 2021)

sebesar 8.676, pada tahun 2016 sebesar 7.392, pada tahun 2017 sebesar 8.157, pada tahun 2018 sebesar 17.398, dan pada tahun 2019 sebesar 15.495.

Dengan adanya produk-produk yang sudah bersertifikasi halal yang pada kemasan produk nya sudah ada label halal dapat menjadi pilihan yang akan banyak diminati oleh konsumen muslim dan sebaliknya dengan produk yang belum memiliki label halal pada produk nya akan menjadi suatu pertimbangan konsumen muslim untuk membelinya karena keraguan atas kehalalan produk tersebut.

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memilih kosmetik, dengan memperhatikan jaminan keamanan dan juga kenyamanan pada saat menggunakan suatu produk kosmetik. Dan salah satu cara untuk memperhatikan keamanan dan kenyamanan tersebut konsumen bisa melihat pada kemasan produk apakah sudah mendapatkan label BPOM dan juga mendapatkan label halal dari MUI yang dimana kita juga bisa melihat nomor registrasinya untuk mengetahui apakah label tersebut memang benar sudah terdaftar atau belum.

Label yang ada di kemasan produk adalah sebagai media dimana itu menjadi sebuah penyampaian informasi dari produk tersebut, yang dimana meliputi berat dari produk tersebut, juga sebagai informasi mengenai manfaat kandungan yang dapat di ambil dari produk tersebut, suatu produk yang sudah mendapatkan label dari MUI dan label dari BPOM membuktikan bahwa kandungan yang ada dalam produk tersebut sudah aman untuk digunakan yang berarti kandungan dalam produk tersebut tidak mengandung zat-zat atau bahan-bahan yang berbahaya. Di Indonesia sendiri pencantuman dari label halal telah diatur oleh pemerintah dalam keputusan Menteri Kesehatan dan Menteri Agama No.427/MENKES/SKB/VIII/1985. Yang dimana pencantuman dari label halal suatu produk tersebut tidak mengandung bahan-bahan yang haram baik dari komposisi maupun proses pada pembuatan produk.

Salah satu produk kosmetik yang telah mendapatkan sertifikasi halal dari MUI yaitu L'Oreal dengan nomer sertifikat 00150069760714 yang dimana produk L'Oreal yang mempunyai slogan "Karena Anda begitu berharga" ini memang bukan produk asli Indonesia melainkan L'Oreal ini brand kosmetik dari paris. Yang dimana brand kosmetik L'Oreal ini sudah ada dari 40 tahun yang lalu masuk ke

Indonesia melalui PT L'Oreal Indonesia. Perusahaan L'Oreal ini mampu untuk mengikuti kebutuhan para penggunanya di setiap negara, contohnya, ketika masuk ke Asia perusahaan ini menyesuaikan type kulit konsumen Asia yang berbeda dengan kawasan lainnya. Menurut mereka pasar Indonesia dipandang unik karena memiliki populasi muslim terbesar di dunia. Dan tentunya mereka akan fokus pada produk halal yang menjadi hal penting untuk mepenetrasi pasar Indonesia. Dengan adanya hal ini mereka mendaftarkan produk mereka ke MUI untuk mendapatkan sertifikasi halal. Mereka menjamin seluruh produknya sudah 100% mendapatkan sertifikasi halal.

Selain kita membahas tentang labelisasi halal, di dalam Islam perilaku seorang konsumen juga memperlihatkan hubungan antara dirinya dengan Allah SWT. Menurut Salleh di dalam penelitiannya Rojib Burhan Winahyu mengartikan bahwa religiusitas adalah keadaan yang dimana mereka percaya akan Tuhan, yang dapat ditandai dengan sikap yang saleh dan taat kepada agama. Dengan semakin tingginya tingkat ketaatan pada agama dan kesalehan seseorang maka semakin tinggi juga keyakinannya kepada Tuhannya, yang berarti pula semakin tinggi juga tingkat religiusitasnya.<sup>6</sup>

Pada umumnya, suatu agama telah mengatur mengenai apa saja yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan, termasuk dengan perilaku seseorang dalam berkonsumsi. Perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli dapat dipengaruhi oleh agama. Yang dimana konsumen akan melakukan pembelian atas dasar pemahamannya di dalam agama yang diajarkannya. Dari sini kita dapat mengetahui seberapa besar seorang konsumen dalam memahami agamanya maka akan semakin selektif juga konsumen tersebut untuk memilih produk yang akan mereka konsumsi.<sup>7</sup>

Seorang konsumen yang memiliki pengetahuan tentang suatu produk halal seharusnya memiliki keterlibatan yang positif dalam pembentukan akan produk

---

<sup>6</sup> Rojib Burhan Winahyu, "Pengaruh risk attitude, risk perception, dan subjective norm terhadap risk intended behavior dari restoran makanan yang tidak memiliki sertifikasi halal bagi konsumen muslim, dengan variabel moderator religiusitas", *Bisnis dan Manajemen*, vol. 5, No.2, (Surabaya: FE UNESA, 2013), h. 133

<sup>7</sup> Tengku Putri Lindung Bulan, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian"

halal itu sendiri, dengan memberikan dukungan labelisasi halal yang juga meyakini dan juga memilih mana produk yang halal untuk di konsumsi dan tidak. Terdapatnya labelisasi halal sangat penting terutama untuk konsumen muslim, dan itu juga berpengaruh pada perilaku konsumen.

Perilaku dari konsumen itu sangat menarik untuk di kaji karena setiap individu memiliki perilaku yang berbeda-beda pula, dengan adanya perilaku yang berbeda-beda ini perlu dilakukan suatu model untuk mempelajari dan menganalisa perilaku, model yang dapat dilakukan dapat berupa gambaran sebuah rancangan untuk mengembangkan sebuah teori yang memiliki arah tujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dan juga bisa menjadi bahan dasar untuk mengetahui perkembangan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yuanita Nur Prastiwi mengenai Pengaruh label halal dan citra mereka terhadap perilaku pembelian kosmetik labelisasi halal itu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik dan juga di dalam penelitian yang diteliti oleh Yuanita religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nasrullah mengenai islamic branding, religiusitas dan keputusan konsumen religiusitas juga tetap tidak memiliki memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan dari uraian yang telah di jelaskan di atas mengenai apakah labelisasi halal dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan produk. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI LABELISASI HALAL DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK L’OREAL DI KOTA BOGOR”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang, pokok utama masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah penerapan label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk L’Oreal di kota bogor ?

2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk L'Oreal di kota bogor ?
3. Apakah religiusitas dan Label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian

### **C. Tujuan Masalah**

Berdasarkan paparan dari rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh penerapan label halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk L'Oreal di kota bogor
2. Untuk mengetahui apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk L'Oreal di kota bogor.
3. Untuk mengetahui pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bisa menjadi bukti bahwa penulis bisa dan telah menerapkan ilmu apa yang telah di peroleh selama menempuh pendidikan pada bangku kuliah di dalam wujud nyata, selain itu juga penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan untuk generasi selanjutnya di dalam bidang akademisi, yang mungkin akan melakukan penelitian mengenai label halal dan religiusitas dan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi penulis maupun bagi pihak yang membaca dan berkepentingan tentang penelitian ini, baik secara teoritis maupun secara praktis. Manfaat tersebut diantaranya :

1. Manfaat teoritis
  - a. Bisa memberikan bukti yang empiris mengenai bagaimana perilaku konsumen yang berhubungan dengan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dimana penelitian ini berkaitan dengan label halal dan religiusitas.
  - b. Menambah pengetahuan tentang suatu perilaku konsumen muslim dalam mengambil keputusan terhadap produk kosmetik.
2. Manfaat praktis

Menyampaikan suatu penjelasan kepada pembaca tentang bagaimana pendapat dari masyarakat terhadap adanya label halal pada produk kosmetik melalui penelitian ini.



## E. Penelitian Terdahulu

Didalam penelitian dibutuhkan juga dukungan dari penelitian-penelitian terdahulunya yang dimana berhubungan dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Setelah peneliti melakukan tinjauan terhadap beberapa penelitian terdahulu, ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang saat ini di lakukan.

**Table 1 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama peneliti	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian saat ini
1.	Yuanita Nur Prastiwi	Pengaruh Label Halal dan Citra Merek Terhadap Perilaku Pembelian Kosmetik Sariayu dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating	Variabel X : Label Halal dan Citra Merek  Variabel Moderating : Religiusitas  Variabel Y : Perilaku Pembelian Kosmetik Halal	Menggunakan Metode <i>Moderated Regression Analysis</i>	Variabel independen nya sama yaitu persepsi labelisasi halal dan variabel dependen nya keputusan pembelian.	Variabel independen lain menggunakan citra merek dan objek penelitian yang berbeda antara sariayu dan L'Oreal.	Pada penelitian saat ini labelisasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan di dalam penelitian saat ini juga variabel religiusitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian tetapi walaupun tidak berpengaruh secara

No	Nama peneliti	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian saat ini
							signifikan variabel religiusitas ini mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan pembelian.
2	Rahmawati Rahman	Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponds White Beauty di Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Variabel X <sub>1</sub> yaitu Labelisasi Halal  Variabel X <sub>2</sub> nya yaitu Citra Merek  Dan Variabel Y nya yaitu : Keputusan Pembelian	Metode yang digunakan adalah metode <i>Accidental Sampling</i>	Variabel independen nya sama yaitu labelisasi halal dan variabel dependen nya keputusan pembelian	Variabel independen lain menggunakan citra merek dan juga objek penelitian yang berbeda antara Ponds dan L'Oreal.	Pada penelitian saat ini jika dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh rahmawati rahman memiliki kesamaan yaitu variabel labelisasi halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

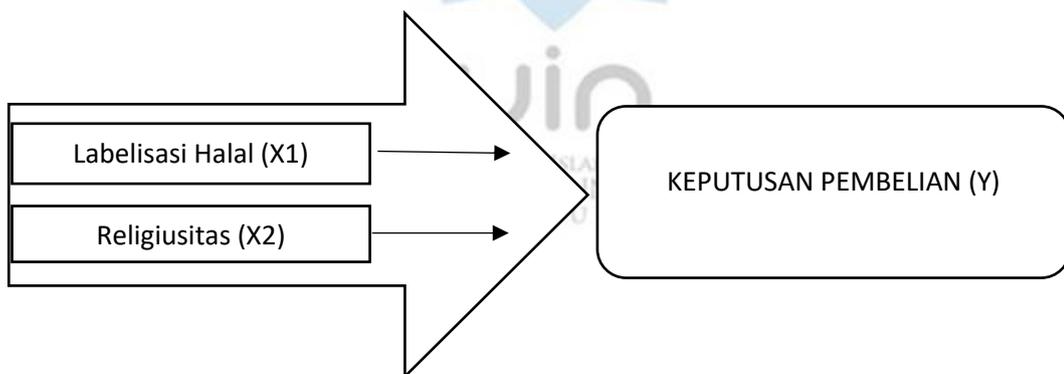
No	Nama peneliti	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian saat ini
3	Muhammad Nasrullah	Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk	Variabel X : Islamic Branding  Variabel Moderating : Religiusitas  Variabel Y : Keputusan Pembelian Produk	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode	Variabel independen nya sama yaitu Religiusitas dan variabel dependen nya keputusan pembelian.	Variabel independen lain yaitu islamic branding.	Pada penelitian saat ini dengan penelitian yang dilakukan oleh muhammad nasrullah memiliki kesamaan yaitu religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, namun beda nya pada penelitian saat ini walaupun tidak memiliki pengaruh yang signifikan variabel religiusitas ini memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.

## F. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir merupakan alur yang akan dilakukan oleh seseorang sebagai dasar penelitian. Kerangka berfikir yang baik itu akan menjelaskan hubungan secara teoritis antar variabel yang akan di teliti. Kerangka berfikir merupakan model konseptual yang dimana menjelaskan bagaimana suatu teori berhubungan dengan bermacam-macam faktor yang pasti telah di artikan sebagai masalah yang penting.<sup>8</sup>

Kegiatan jual beli merupakan kegiatan bermuamalah yang di dalam nya terdapat konsumsi. Seorang muslim wajib mengetahui apakah produk yang ia konsumsi itu halal atau haram, dan juga harus di sadari bahwa bermuamalah harus selalu mengingat Allah SWT yang sudah menunjukan mana saja yang boleh di konsumsi dan tidak boleh di konsumsi.

Berdasarkan dari konsep dasar dan kerangka pemikiran tersebut maka dibawah ini adalah gambaran ilustratif dari kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 1.2 Kerangka Berfikir**

## G. Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya atau juga dapat dikatakan proposisi tentatif atau hubungan antara dua variabel atau lebih.<sup>9</sup> Dimana berdasarkan dari kerangka pemikiran konseptual yang sudah dijelaskan, maka di dalam penelitian ini hipotesisnya adalah sebagai berikut:

<sup>8</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi, hal. 60

<sup>9</sup> Masyuri dan Zainuddin, “Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi, Teori dan Aplikasi”. Penerbit Alfabeta Bandung. Hlm, 136

1.  $H_a$  = Label Halal Berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik L'Oreal  
 $H_o$  = Label Halal tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmteik L'Oreal
2.  $H_a$  = Religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik L'Oreal  
 $H_o$  = Religiusitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik L'Oreal
3.  $H_a$  = Label Halal dan Religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kosmetik L'Oreal  
 $H_o$  = Label Halal dan Religiusitas tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kosmetik L'Oreal

