

The Influence of Product Quality, Halal Labeling and Product Variation on Purchasing Decisions of Wardah Lipstick (Study on the Community of Tuah Madani District, Pekanbaru City)

Pengaruh Kualitas Produk, Labelisasi Halal dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi pada Masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru)

Reny Mirnayana¹, Ainun Mardiah^{*2}

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

*Corresponding author's e-mail: ainun.mardiah@uin-suska.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to determine whether product quality, halal labeling and product variations affect the purchase decision of Wardah Brand Lipstick in the Tuah Madani District Community, Pekanbaru City. The sample in this study amounted to 100 respondents selected using Purposive Sampling. The data analysis method used is the quantitative description method. The results showed that partially Product Quality and Product Variety has a significant effect on the Purchase Decision of Wardah Brand Lipstick in the Community of Tuah Madani Subdistrict, Pekanbaru City, and then Halal Labeling variable has no significant effect on the Purchase Decision of Wardah Brand Lipstick in the Community of Tuah Madani Subdistrict, Pekanbaru City. While simultaneously Product Quality, Halal Labeling and Product Variety have an influence on the Wardah Brand Lipstick Purchasing Decision in the Community of Tuah Madani District, Pekanbaru City. The results of this study explain that Product Quality, Halal Labeling and Product Variety as a whole have an influence of 67.9% on the Purchasing Decision variable.

Keywords: Product Quality, Halal Labeling, Product Variety, Purchasing Decisions.

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah kualitas produk, labelisasi halal dan Variasi Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Lipstik Merek Wardah Pada Masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan Purposive Sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskripsi kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik merek Wardah pada masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru, kemudian variabel labelisasi halal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik merek Wardah pada masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Sedangkan secara simultan Kualitas Produk, Labelisasi Halal dan Variasi Produk memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah pada Masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Kualitas Produk, Labelisasi Halal dan Variasi Produk secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 67,9% terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Labelisasi Halal, Variasi Produk, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Pada masa industri pada saat ini, persaingan bisnis menjadi sangat kompetitif baik dari pasar domestik maupun global. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya variasi merek produk dipasaran. Oleh karena itu, perusahaan terus berusaha memberikan

kepuasan kepada pelanggan untuk memenangkan persaingan. Misalnya dengan memberikan produk berkualitas dengan harga bersaing, mempermudah distribusi produk melalui pasar e-commerce dan offline, serta memberikan pelayanan yang efektif sehingga pada akhirnya dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen.

Salah satu industri yang banyak mengalami perkembangan di Indonesia adalah kosmetik. Kosmetik merupakan produk yang istimewa karena selain mampu memenuhi kebutuhan dasar wanita akan kecantikan, juga memberikan cara bagi penggunanya untuk mendefinisikan identitas sosialnya di mata masyarakat. Karena adanya unsur kimia dalam kosmetik tidak selalu memiliki efek yang sama pada konsumen yang berbeda, risiko penggunaan harus dipertimbangkan. Namun, bagaimana sebenarnya konsumen menilai kosmetik sehingga dianggap mampu memuaskan keinginannya untuk berpenampilan menarik.

Adapun berbagai kosmetik merek lokal yang saat ini banyak diminati konsumen. Di Indonesia, sejumlah merek lokal antara lain Sariayu, Wardah, Emina, dan viva. Berbagai varian kosmetik merek lokal tersebut bisa diperoleh dengan mudah di pasaran. Wardah merupakan salah satu merek lokal dari Indonesia yang mencantumkan label halal pada produknya. Kosmetik merek lokal ini banyak mencuri perhatian konsumen Indonesia, sebab wardah menanamkan nilai halal pada setiap produk yang dijualnya. Hal tersebut yang membuat konsumen merasa aman ketika menggunakan produk wardah. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan konsumen. Wardah menghadirkan kosmetik dengan formulasi inovatif yang bebas paraben, aman, halal dan mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan selera setiap wanita yang menggunakan kosmetik merek wardah. Wardah tetap konsisten dalam menjaga kualitas produknya dan mampu menciptakan produk kosmetik dan perawatan kulit yang lengkap. Wardah mampu bersaing dengan perusahaan kosmetik internasional sekalipun.

Berdasarkan banyaknya jenis alat kosmetik yang ada, salah satu yang paling sering digunakan wanita adalah lipstik. Lipstik termasuk kategori jenis alat kosmetik yang mendasar serta paling mudah digunakan dibandingkan dengan alat kosmetik lainnya. Dengan penggunaan lipstik, wajah menjadi terlihat lebih segar dan tidak pucat bahkan ketika tidak menggunakan bedak dan riasan mata sekalipun, lipstik mampu memberikan penampilan yang menawan dan lebih percaya diri. salah satu merek lipstik yang cukup terkenal dan banyak digunakan oleh wanita saat ini adalah wardah. Tidak hanya itu, Wardah memiliki variasi jenis lipstik dengan berbagai macam warna yang memiliki kualitas yang baik. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Top Brand Award Kategori Lipstik (Tahun 2020-2022)

MERЕК	TBI 2020	TBI 2021	TBI 2022	TOP
Wardah	33.5 %	31.9%	27.2 %	TOP
Maybelline	6.1 %	11.6%	15.8 %	TOP
Revlon	8.8 %	7.5%	8.5 %	
Pixy	5.4 %	5.6%	2.8 %	
Viva	4.1 %	3.3%	2.4 %	

Sumber: www.topbrand-award.com.

Berdasarkan Tabel 1. menunjukkan, produk kosmetik merek wardah kategori lipstick menduduki posisi pertama setiap tahunnya dan banyak di gunakan oleh wanita Indonesia dalam tiga tahun terakhir. Data diatas menunjukkan bahwa lipstick merek wardah memiliki kualitas produk yang baik dan menjadi salah satu produk yang digemari oleh konsumen wanita.

Kualitas produk juga berhubungan langsung dengan merek. Hal ini dikarenakan konsumen akan membeli suatu produk berdasarkan kualitas yang ditawarkan dari satu *brand* tertentu. Merek terbukti dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Jika melihat kualitas lipstick merek Wardah, maka harga yang ditawarkan dapat dikatakan terjangkau dengan kualitas yang diberikan oleh produknya. Hal ini dapat diperkuat oleh konsistensi wardah dalam menawarkan *value preposition* yaitu kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau.

Selain itu juga yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian adalah labelisasi halal. Wardah berhasil menggaungkan labelisasi halal dibenak konsumen. Wardah juga merupakan salah satu kosmetik yang bersertifikat halal. Karena konsumen semakin memperhatikan kehalalan produk kosmetik yang mereka gunakan, terutama pada produk-produk yang digunakan di area sensitif seperti bibir. Hal ini yang menjadi pertimbangan keputusan pembelian misalnya kualitas produknya dan kehalalan produk yang menjadi pertimbangan konsumen saat membeli produk. Demikian, kehalalan produk-produk kosmetik wardah, membuat konsumen merasa aman dengan formulasi produk wardah tersebut. Kesadaran akan mengkonsumsi produk halal pada konsumen muslim, menjadikan konsumen memiliki pemahaman agama yang baik. Hal ini sejalan dengan semakin tingginya konsumen yang peduli tentang sertifikat label halal pada produk dibelinya, sehingga saat ini banyak konsumen yang semakin kritis dalam pengetahuan produk yang baik sebelum melakukan keputusan pembelian.

Selain berhasil mengaungkan labelisasi halal dibenak konsumen. Hal yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah variasi produk. Variasi produk juga mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Lipstick wardah menyediakan berbagai variasi produk lipstick dengan berbagai ukuran, harga yang bervariasi, tampilan yang menarik, dan terbuat dari bahan-bahan yang alami atau aman untuk digunakan, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan kebutuhan lipstick yang diinginkan sudah terpenuhi pada produk lipstick Wardah. Wardah juga menawarkan berbagai macam jenis lipstick seperti lipstick cair, lipstick matte, lipstick glossy dan banyak lagi. Selain itu, wardah juga menawarkan variasi lipstick mulai dari warna yang natural, *nude* hingga warna-warna cantik yang lebih berani. Lipstick wardah dibagi beberapa jenis diantaranya Wardah Matte Lipstik, Wardah Exclusif Lipstik, Wardah Lip Gloss, Wardah Wondershine, Wardah Long Lasting Lipstik, Wardah Lip Cream, Wardah Lip Balm, serta merek Wardah Hydrogloss. Dengan banyaknya variasi ini, para konsumen dapat dengan mudah menentukan lipstick yang cocok dengan keinginan mereka.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru dengan objek penelitian adalah masyarakat yang berdomisili di Kecamatan Tuah

Madani Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, labelisasi halal, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian lipstik merek Wardah pada masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Tuah Madani yang membeli produk lipstik Wardah. Adapun populasi dalam penelitian ini konsumen lipstik Wardah dari umur 20-39 tahun dengan jumlah penduduk wanita keseluruhan yang dilihat dari usia yaitu sebanyak 25.199 jiwa.

Sampel adalah sebagian bagian dari populasi yang diambil berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini Purposive Sampling. Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel data yang didasarkan pada pertimbangan tertentu menurut Sugioyono (2017). Responden yang dapat menjadi sumber data adalahwWanita yang menggunakan lipstik Wardah, wanita yang melakukan pembelian lipstik Wardah lebih dari satu kali, bertempat tinggal atau berdomisili di Kecamatan Tuah Madani. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang ditentukan berdasarkan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yaitu dengan memberikan angket berupa daftar pertanyaan kepada responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil uji validitas berdasarkan penyebaran angket yang dilakukan terlihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r tabel	Corrected item total correlation	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,30	0,887	Valid
	X1.2	0,30	0,912	Valid
	X1.3	0,30	0,862	Valid
	X1.4	0,30	0,806	Valid
	X1.5	0,30	0,900	Valid
	X1.6	0,30	0, 813	Valid
Labelisasi Halal (X2)	X2.1	0,30	0,907	Valid
	X2.2	0,30	0,914	Valid
	X2.3	0,30	0,873	Valid
	X2.4	0,30	0,899	Valid
Variasi Produk (X3)	X3.1	0,30	0,882	Valid
	X3.2	0,30	0,864	Valid
	X3.3	0,30	0,888	Valid
	X3.4	0,30	0,852	Valid

Keputusan	Y.1	0,30	0,876	Valid
Pembelian	Y.2	0,30	0,857	Valid
(Y)	Y.3	0,30	0,871	Valid
	Y.4	0,30	0,898	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 2 diatas, dapat dilihat bahwa nilai r hitung dari setiap pernyataan lebih besar dari 0,3 dan item kuesioner yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas berdasarkan penyebaran angket yang dilakukan terlihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Kriteria	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,60	0,931	Reliabel
2	Labelisasi Halal	0,60	0,917	Reliabel
3	Variasi Produk	0,60	0,893	Reliabel
4	Keputusan Pembelian	0,60	0,895	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS 25 dan Hasil Penelitian 2023.

Dari tabel 3. hasil Uji Reliabilitas diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel yang diuji nilainya sudah diatas 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan Reliabel atau dapat dipercaya.

Uji Normalitas

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.74448839
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.063
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Data Olahan SPSS 25 dan Hasil Penelitian 2023.

Berdasarkan Tabel 4. terlihat bahwa sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terstandarisasi berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients

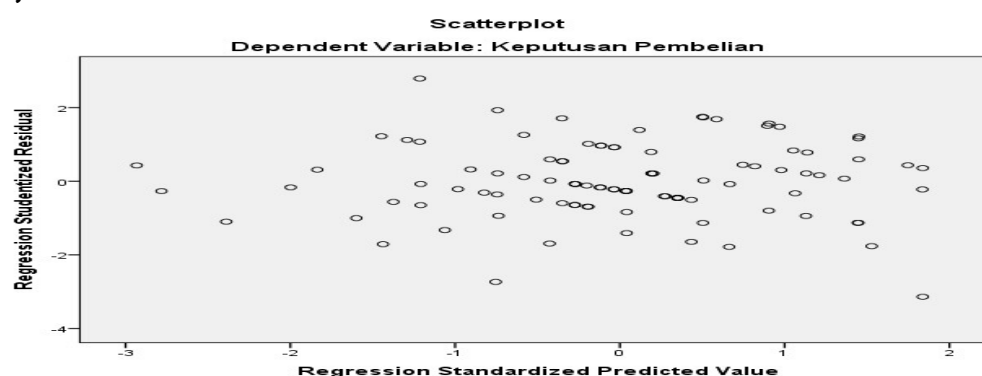
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X1)	.853	1.172
Labelisasi Halal (X2)	.985	1.016
Variasi Produk (X3)	.842	1.188

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Olahan SPSS 25 dan Hasil Penelitian 2023.

Pada tabel 5. menunjukkan nilai tolerance dan VIF. Berdasarkan tabel 5. dapat disimpulkan bahwa: Untuk variable Kualitas Produk, nilai tolerance sebesar $0,853 > 10\%$ dan nilai VIF sebesar $1.172 < 10$, maka tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Untuk variable Labelisasi Halal, nilai tolerance sebesar $0,985 > 10\%$ dan nilai VIF sebesar $1,016 < 10$, maka tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Dan untuk variable Variasi Produk, nilai tolerance sebesar $0,842 > 10\%$ dan nilai VIF sebesar $1,188 < 10$, maka tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Olahan SPSS 25 dan Hasil Penelitian 2023.

Berdasarkan gambar diatas pada grafik *Scatterplot* terlihat titik-titik menyebar secara acak atau tidak membentuk pola tertentu yang jelas dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas yang berarti model regresi layak untuk memprediksikan variabel dependen berdasarkan variabel independen.

Uji Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0,522	0,273	0,250	1,77154	2,166

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS 25 dan Hasil Penelitian 2023.

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson berada D-W berada di antara -2 sampai +2 yang artinya tidak terdapat autokorelasi yang menghasilkan nilai Durbin Watson 2,166. Karena nilai DW terletak antara $4 - DU < DW < 4 - DU$ ($1,7364 < 2,166 < 2,2636$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi baik autokorelasi positif maupun autokorelasi negatif.

Hasil Analisis Linier Berganda

Tabel 7. Analisis Linier Berganda Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,258	2,458		1,326	0,188
Kualitas Produk (X1)	0,169	0,081	0,197	2,089	0,039
Labelisasi Halal (X2)	0,082	0,091	0,080	0,908	0,366
Variasi Produk (X3)	0,500	0,119	0,398	4,198	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Olahan SPSS 25 dan Hasil Penelitian 2023.

Berdasarkan tabel 7. diatas hasil regresi linear berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 3,258 + 0,169X_1 + 0,082X_2 + 0,500X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta (a) sebesar 3,258. Artinya adalah apabila kualitas produk (X1), labelisasi halal (X2) dan variasi produk (X3) diasumsikan bernilai nol (0), maka keputusan pembelian tetap sebesar 3,258. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X1) yaitu 0,169 yang berarti jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan satu satuan tentunya keputusan pembelian akan mengalami peningkatan 0,169. Nilai koefisien regresi variabel labelisasi halal (X2) yaitu 0,082 yang berarti jika variabel labelisasi halal mengalami kenaikan satu satuan tentunya keputusan pembelian akan mengalami kenaikan 0,082. Nilai koefisien regresi variabel variasi produk (X3) yaitu 0,500 yang berarti jika variabel variasi produk mengalami kenaikan satu satuan tentunya keputusan pembelian akan mengalami kenaikan 0,500. Standar error (e) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan. Standar eror sebesar 2,458, semua variabel yang dihitung dalam SPSS mempunyai tingkat variabel pengganggu sebesar 2,458.

Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan pada Tabel 7 diketahui pengujian hipotesis secara parsial yaitu pada variabel kualitas produk diperoleh nilai t hitung (2,089) > t tabel (1,985) dan Sig. (0,039) < 0,05. Artinya terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah pada masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

Selanjutnya untuk variabel labelisasi halal diperoleh nilai t hitung ($0,908$) < t tabel ($1,985$) dan Sig. ($0,366$) > $0,05$. Artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah pada masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Kemudian pada pengujian variabel variasi produk diperoleh nilai t hitung ($4,198$) > t tabel ($1,985$) dan Sig. ($0,000$) < $0,05$. Artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variasi produk terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah pada masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9. Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	113.079	3	37.693	12.011	.000 ^b
	Residual	301.281	96	3.138		
	Total	414.360	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X₃, X₂, X₁

Sumber : Data Olahan SPSS 25 dan Hasil Penelitian 2023.

Berdasarkan Tabel 9 diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar $12,011$ > F_{tabel} sebesar $2,47$ dengan Sig. ($0,000$) < $0,05$. Dengan demikian diketahui, Artinya terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas produk, labelisasi halal dan variasi produk terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah pada masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 ^a	.679	.669	1.35717

a. Predictors: (Constant), X₃, X₂, X₁

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS 25 dan Hasil Penelitian 2023.

Berdasarkan hasil pada tabel 10, diketahui bahwa nilai R Square sebesar $0,679$ atau $67,9\%$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas produk, labelisasi halal dan variasi produk secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar $67,9\%$ terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan sisanya sebesar $32,1\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kualitas produk, diketahui t hitung ($2,089$) > t tabel ($1,985$) dan Sig. ($0,039$) < $0,05$. dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari penjelasan diatas maka H_a diterima karena terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan labelisasi halal, diketahui $t_{hitung} (0,908) < t_{tabel} (1,985)$ dan $Sig. (0,366) > 0,05$. Artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian lipstick Wardah pada masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Hal ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru akan tetap membeli produk lipstick meskipun tidak terdapat labelisasi halal dan konsumen sudah memiliki kepercayaan pada merek Wardah dalam hal kualitas produk dan variabel lainnya tanpa harus bergantung pada labelisasi halal.

Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa variabel variasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji $t_{hitung} (4,198) > t_{tabel} (1,985)$ dan $Sig. (0,000) < 0,05$. Artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variasi produk terhadap keputusan pembelian lipstick Wardah pada masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

Pengaruh Kualitas Produk, Labelisasi Halal dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar $12,011 > F_{tabel}$ sebesar $2,47$ dengan $Sig. (0,000) < 0,05$. Dengan demikian diketahui, Artinya terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Produk, Labelisasi Halal dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian lipstick Wardah pada Masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

PENUTUP

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan variasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian lipstick Merek Wardah pada masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan variasi produk sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian. Semakin baik kualitas produk dan variasi produk maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.

Variabel Labelisasi Halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Lipstik Merek Wardah Pada Masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun labelisasi halal penting dalam memenuhi persyaratan kehalalan suatu produk, namun variabel ini tidak menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Pengujian secara simultan diperoleh bahwa secara bersama-sama variabel kualitas produk, labelisasi halal dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh kualitas produk, labelisasi halal dan variasi produk terhadap lipstick Wardah maka akan semakin besar keinginan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian lipstick Merek Wardah pada masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

REFERENSI

- Agustian, E., Sujana. (2013). Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol. 1 No. 2
- Ali Hasan. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Kota Pekanbaru dari Kecamatan Tampan dalam Angka.
- Fandy Tjiptono, (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke-4. Andi, Yogyakarta.
- Freddy Rangkuti, (2012). *Studi Kelayakan Bisnis dan Investasi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: PenerbitErlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, (2014). *Principles of Marketing*. Edisi-15.
- Kotler Dan Keller, (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management*. Edisi ke-15 England : Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Peter, J Paul and Jerry C Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani Edisi Kesembilan Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Putra, G., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 48(1), 124–131.
- Rossanty, Yossie dkk. (2016). Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Tools*. Vol. 6, No. 1.
- Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. (2013). *Consumer Behavior*. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung:CV. Andi Offset.