SJMB: *Scientific Journal of Management and Business*.
Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 ; p-ISSN: 2776-009X ; online -ISSN: 2807-5897
Available online at http://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/sjmb

Received: Februari 2025	Accepted: Maret 2025	Published : April 2025

Pengaruh Label Halal, Keamanan Bahan, dan Harga Kosmetik Wardah Terhadap Keputusan Pembelian

Patrisia Valentina Saputri[1], Mansyur Abdul Hamid[2], Maria Endang Jamu[3]
[123]Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Flores

encikpatrisia408@gmail.com

Abstrak. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh label halal, kemanan bahan, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik wardah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik Random Sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi Sedangkan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel label halal dan keamanan bahan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik wardah sedangkan variabel harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. Label Halal, Keamanan Bahan dan Harga secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik wardah.

Kata Kunci: Label Harga; Keamanan Bahan; Harga; Keputusan Pembelian

Abstract. *The purpose of this study was to analyze the effect of halal labeling, ingredient safety, and price on consumer purchasing decisions on wardah cosmetic products. The type of research used is quantitative research. The sampling technique used Random Sampling technique. Data collection techniques using questionnaires, observation and documentation While data analysis uses multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the halal label and ingredient safety variables partially have a positive effect on purchasing decisions on wardah cosmetic products, while the price variable partially has no effect on purchasing decisions for*

wardah cosmetic products. Halal Label, Ingredient Safety and Price simultaneously have a positive effect on purchasing decisions on wardah cosmetic products.

Keywords: *Price Label; Ingredient Safety; Price; Purchase Decision*

I.PENDAHULUAN

Pada era modern, kosmetik telah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian besar wanita, tidak hanya untuk mempercantik diri, tetapi juga sebagai penunjang penampilan dalam aktivitas sehari-hari, baik untuk keperluan pekerjaan maupun meningkatkan rasa percaya diri. Sejak zaman Mesir Kuno, kosmetik sudah digunakan sebagai perawatan kulit dengan bahan-bahan alami seperti lilin lebah, air mawar, dan minyak zaitun. Kini, berbagai jenis dan merek kosmetik tersedia di pasaran dengan harga terjangkau serta klaim manfaat yang menarik, menjadikannya semakin diminati oleh masyarakat, khususnya perempuan yang aktif di dalam maupun luar rumah.

Perkembangan industri kosmetik mulai mengalami kemajuan pesat sejak abad ke-20, ditandai dengan masuknya kosmetik ke dalam sektor industri dan bisnis, serta penggunaan berbagai bahan kimia dalam produksinya. Kosmetik tidak hanya digunakan untuk merias wajah, tetapi juga mencakup perawatan tubuh secara menyeluruh. Pesatnya perkembangan ini mendorong produsen untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang terus berubah. Salah satu inovasi yang kini berkembang adalah produk kosmetik halal, yang semakin diminati seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya penggunaan produk yang tidak hanya mempercantik, tetapi juga aman dan sesuai dengan prinsip halal. Label halal pada kemasan produk menjadi penanda bahwa produk tersebut telah tersertifikasi dan memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan.

Wardah merupakan pelopor kosmetik halal di Indonesia yang didirikan pada tahun 1995 oleh Dr. Sari Chairunisa, dan telah memperoleh sertifikasi halal dari LPPOM MUI. Sebagai brand lokal, Wardah mengusung konsep “Halal dari Awal” untuk menjawab kebutuhan masyarakat, khususnya umat Muslim, akan produk kecantikan yang aman dan sesuai syariat. Keunggulan Wardah terletak pada penggunaan bahan-bahan bebas alkohol serta formula yang aman bagi semua konsumen, baik Muslim maupun non-Muslim. Kesadaran akan pentingnya keamanan bahan dalam kosmetik menjadi faktor utama dalam keputusan konsumen, dan Wardah berhasil membangun kepercayaan publik melalui

inovasi, kampanye edukatif, serta berbagai penghargaan bergengsi. Dukungan dari lembaga pengawas seperti BPOM turut memastikan bahwa produk kosmetik yang beredar, termasuk Wardah, memenuhi standar mutu dan keamanan yang ditetapkan.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam persaingan bisnis dan penentu keberhasilan pemasaran produk. Meskipun pada awalnya harga menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian, seiring perkembangan zaman, konsumen kini mempertimbangkan berbagai aspek lain seperti kebutuhan, keamanan, dan nilai produk. Keputusan pembelian sendiri merupakan proses di mana konsumen memilih produk berdasarkan evaluasi terhadap berbagai alternatif. Selain itu, terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh label halal dan faktor keamanan terhadap keputusan pembelian. Beberapa studi menunjukkan bahwa labelisasi halal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, sementara studi lainnya menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan. Di sisi lain, keamanan produk terbukti memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa berbagai faktor, termasuk harga, label halal, dan keamanan, perlu diperhatikan dalam memahami perilaku konsumen (Yanti & Darwanto, 2021); (Prilano et al., 2020). Hal pada perkembangan zaman saat ini telah menjadi suatu gaya hidup masyarakat dalam mengunakan suatu produk. Peneliti memilih kosmetik wardah karena menjadi salah satu merek kosmetik yang cukup terkenal dikalangan masyarakat..

II.TINJAUAN PUSTAKA

Label Halal

Label merupakan bagian penting dari suatu produk yang berfungsi memberikan informasi, seperti nama produk, komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluarsa, dan legalitas. Dalam islam, halal berarti segala sesuatu yang baik dan diperbolehkan. Produk halal harus memenuhi syarat kehalalan dari segi zat, cara memperoleh, proses, penyimpanan, pengangkutan, dan penyajiannya. Label halal adalah tanda pada kemasan produk yang menunjukkan bahwa produk tersebut telah dinyatakan halal berdasarkan fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) setelah melalui proses sertifikasi (Wahyurini & Trianasari, 2020).

Harga

Dalam melakukan pembelian, konsumen cenderung mempertimbangkan pengeluaran dan

menyesuaikan biaya dengan kebutuhan, termasuk saat membeli pakaian olahraga. Harga dipahami sebagai sejumlah uang yang dibayarkan untuk mendapatkan produk atau layanan. Harga juga mencerminkan kesediaan konsumen untuk membayar dan menjadi pertimbangan penting bagi penjual dalam menetapkan nilai jual suatu produk. Dengan demikian, harga merupakan jumlah yang ditetapkan dan dibayarkan oleh pembeli kepada penjual sebagai imbalan atas produk atau jasa yang diterima (Matondang et al., 2023).

Keamanan Bahan

Keamanan bahan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen, karena aspek ini berkaitan langsung dengan keselamatan dan kesehatan saat mengonsumsi produk pangan. Semakin aman bahan dalam produk, semakin besar kemungkinan konsumen untuk memutuskan membeli (Wahyuni et al., 2023).

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses yang dimulai dari identifikasi masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga akhirnya konsumen memutuskan untuk membeli. Setelah pembelian, konsumen juga melakukan evaluasi sebagai bahan pertimbangan di masa depan. Keputusan pembelian mencerminkan perilaku konsumen yang berdasarkan pada pengalaman dan keinginan untuk memiliki suatu produk setelah menelaah informasi yang tersedia (Elsa Rizki Yulindasari, 2022).

Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, di antranya sebagai berikut:

H1: Label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik wardah

H2: Keamanan bahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik wardah

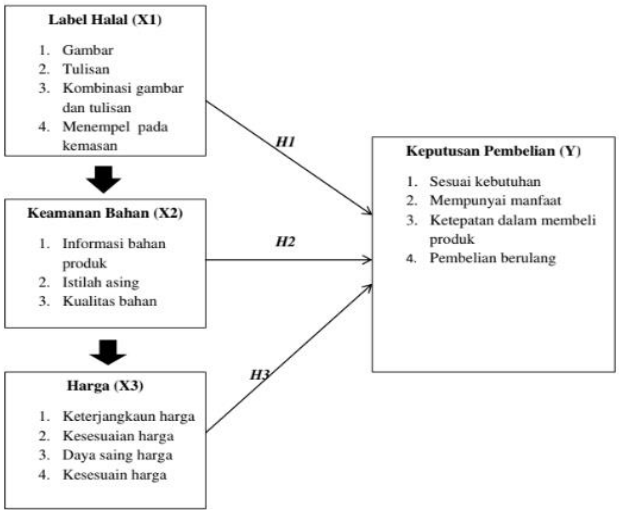
H3 : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik wardah

H4 : Label halal, keamanan bahan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik wardah

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian dapat dikatakan juga sebagai suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti dan berguna untuk menghubungkan atau menjelaskan suatu topik yang akan dibahas. Adapun dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan hipotesis penelitian

maka nenulis menggambarkan kerangka konsep penelitian sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun lokasi penelitian yang dilakukan yaitu di Universitas Flores Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 449 orang. Jenis teknik sampling yang digunakan dalam proses penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 82 orang. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif sedangkan sumber data menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis kuantitatif menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda diperlukan guna mengetahui koefisien-koefisien regresi serta siginifikan sehingga dapat dipergunakan untuk menjawab hipotesis.

Tabel 1
Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
		B	Std. Eror			
1.	(Constant)	2.582	3.994		.647	.520
	Label Halal	.651	.125	.525	5.212	.000
	Keamanan Bahan	.242	.112	.218	2.163	.034
	Harga	.139	.124	.092	1.116	.268

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$Y = -2.582 + 0.651\ X1 + 0.242\ X2 + 0.139\ X3 + \varepsilon$

Dari persamaan regresi tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut;

1. Nilai konstanta sebesar 2.582, hal ini mengidentifikasikan bahwa apabila label halal (X_1), keamanan bahan (X_2) tidak mengalami perubahan atau sama dengan konstan, maka keputusan pembelian (Y) produk kosmetik wardah memiliki nilai sebesar2.582..
2. Nilai Koefisien regresi variabel label halal (X_1) sebesar 0,651. hal ini mengindifikasikan bahwa jika variabel label halal meningkat satu-satuan dengan catatan variabel keamanan bahan (X_2) dan variabel harga (X_3) dianggap konstan (0) maka akan meningkat keputusan pembelian (Y) produk kosmetik wardah sebesar 0,651 satuan.
3. Nilai koefisien regresi keamanan bahan (X_2) sebesar 0,242. Hal ini mengidentifikasikan bahwa jika variabel Keamanan Bahan meningkat satu- satunya dengan catatan variabel label halal (X_1) dan variabel harga (X_3) di anggap konstan (0) maka akan meningkat keputusan pembelian (Y) produk kosmetik wardah sebesar 0,242 satuan.
4. Nilai koefisien harga (X_3) sebesar 0,139. Hal ini mengidentifikasikan bahwa jika variabel harga menigkat satu-satunya dengan catatan variabel label halal (X_1) dan variabel keamanan bahan (X_2) di anggap konstan (0) maka akan meningkat keputusan pembelian (Y) produk Kosmetik Wardah sebesar 0,139 satuan.

Uji T (Uji Parsial)

Uji t di gunakan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh antar variabel independen dan variabel dependen secara persial. Kriteria penguji ini di tetapkan berdasarkan probabilitas. Hasil Uji statistic t dalam penelitian ini dapat disajikan pada tabel di bawah ini;

Tabel 2
Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	**Sig**
		B	Std. Eror			
1.	(Constant)	2.582	3.994		.647	.520
	Label Halal	.651	.125	.525	5.212	.000
	Keamanan Bahan	.242	.112	.218	2.163	.034
	Harga	.139	.124	.092	1.116	.268

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil uji statistik pengaruh label halal (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) nilai t_{hitung} sebesar 5.212 > 1.66462 dan nilai signifikansinya 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menjukkan semakin tinggi akan label halal maka akan meningkatnya Keputusan Pembelian.
2. Hasil uji statistik pengaruh keamanan bahan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) nilai t_{hitung} sebesar 2.163 > 1.66462 dan nilai signifikansinya 0,034 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Keamanan Bahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. hal ini menjukkan semakin tinggi akan keamanan bahan maka akan meningkatnya Keputusan Pembelian.
3. Hasil uji statistik pengaruh Harga (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) nilai t_{hitung} sebesar 1.116 < 1.66462 dan nilai signifikansinya 0,268 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Uji Simultan

Hasil uji statistik pengaruh Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) nilai t_{hitung} sebesar 1.116 < 1.66462 dan nilai signifikansinya 0,268 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 3
Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1.	Regression	991.551	3	330.517	24.821	.000[b]
	Residual	1038.64	78	13.316		
	Total	2030.1995	81			

a. Dependent Variabel : Keputusan Pembelian
b. Predictors: (constant). Harga, Keamanan Bahan, Label Halal

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel diatas, nilai f =24,821 dan nilai siginifikansi 0,000 < 0,05. Sehingga nilai siginifikansi pengaruh Label Halal, Keamanan Bahan dan Harga secara simultan berpengaruh siginifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi adjusted (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4
Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699[a]	.488	.469	3.649

a. Predictors : (constant), Harga, Keamanan Bahan, Label Halal

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, diperoleh nilai adjusted R^2 sebesar 0,469 (46,9%). Hal ini menunjukan bahwa presentasi sumbangan pengaruh variabel independen diantaranya Label Halal, Keamanan Bahan dan Harga terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian sebesar 46,9%. Sedangkan sisanya sebesar 35,1% di pengaruhi variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji statistik pengaruh Label Halal (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 5.212 > 1.66462 dan nilai signifikannya 0,000 <0,05. Maka dapat di katakan bahwa label halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan

pembelian pada produk kosmetik wardah, sehingga hipotesis dalam penelitian ini di terima. Hasil analisis yang dilakukan pada konsumen Mahasiswi Prodi Manajemen dijadikan sampel penelitian ini menunjukan bahwa Label Halal yang dapat meningkatkan Keputusan Pembelian terwakili dari pernyataan "Gambar Label Halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk kosmetik Ward. Hal ini dibuktikan dengan jawaban konsumen yang kebanyakan memilih jawaban ini sebagai hal untuk mendorong konsumen untuk membeli produk kosmetik wardah. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wati, 2022).

Pengaruh Keamanan Bahan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji statistik pengaruh Keamanan Bahan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 2,163 > 1.66462 dan nilai signifikannya 0,034 <0,05. Maka dapat di katakan bahwa keamanan bahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik wardah, sehingga hipotesis dalam penelitian ini di terima. Hasil analisis yang dilakukan pada konsumen mahasiswi prodi manajemen dijadikan sampel penelitian ini menunjukan bahwa keamanan bahan yang dapat meningkatkan keputusan pembelian terwakili dari pernyataan "produk wardah tidak mengandung bahan pengawet atau bahan lainnya yang berbahaya bagi kulit wajah". hal ini dibuktikan dengan jawaban konsumen yang kebanyakan memilih jawaban ini sebagai hal untuk mendorong konsumen untuk membeli produk kosmetik wardah. hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Haryani, 2023);(Nurani et al., 2024).

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji statistik pengaruh harga (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 1,116 < 1.66462 dan nilai signifikannya 0,268> 0,05. Maka dapat di katakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik wardah, sehingga hipotesis dalam penelitian ini di tolak. Hasil analisis yang dilakukan pada konsumen mahasiswi prodi manajemen dijadikan sampel penelitian ini menunjukan konsumen tidak menjadikan harga sebagai faktor utama dalam memilih produk tersebut. Hal ini karena konsumen lebih mempertimbangkan faktor lain seperti kualitas, citra halal, dan keamanan produk. Selain itu, harga Wardah yang relatif terjangkau membuat konsumen tidak terlalu sensitif terhadap harga. Dengan demikian, faktor non-harga lebih dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Hal

ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mendur et al., 2021).

Pengaruh Label Halal, Keamanan Bahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Label Halal, Keamanan Bahan dan Harga secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada produk kosmetik Wardah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji f 24.821 dengan nilai signifikannya sebesar 0,000 < 0,05, maka hipotesis di terima. Label Halal memiliki peran yang sangat penting dalam suatu produk, karena label dapat membantu konsumen dalam memilih produk yang dibutuhkannya. Keamanan Bahan pada produk kosmetik adalah hal yang angat penting bagi konsumen, karena hal itu memiliki dampak pada tubuh bagi penggunanya bila menggunakan bahan atau zat yang bukan diperuntukkan sebagi zat kosmetik. Dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen menigkat, maka nilainya akan menigkat pula.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik wardah hal ini menjukkan bahwa semakin tinggi akan label halal maka akan meningkatnya keputusan pembelian . hal ini di buktikan dari hasil uji t terdapat nilai t_{hitung} 5,212 > t_{tabel} 1,66462 , dengan nilai signifikannya sebesar 0,000 0,05, maka hipotesis di terima.
2. Variabel keamanan bahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini di buktikan dari hasil uji t terdapat nilai t_{hitung} 2,163 > 1,6646, dengan nilai signifikannya sebesar 0,034 < 0,05, maka hipotesis di terima.
3. Variabel Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk kosmetik wardah. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t terdapat nilai t_{hitung} 1.116 < 1.66462 dengan nilai signifikannya sebesar 0,268 > 0,05, maka hipotesis di tolak.
4. Label halal, keamanan bahan dan harga secara simultan berpengaruh positif

terhadap Keputusan Pembelian pada produk Kosmetik Wardah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji f 24,821 dengan nilai signifikannya sebesar 0,000 < 0,05, maka hipotesis di terima.

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil peneltiian diatas, maka saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut;

1. Bagi Mahasiswi, hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi bahan evaluasi untuk kedepannya agar memilih produk kosmetik yang sudah jelas keamanan dan kehalalannya, karena jika memilih produk yang tidak jelas keamanan dan kehalalanya maka efek buruk yang terjadi yaitu bisa merusak kulit bagi penggunanya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan meneliti beberapa variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain seperti wawancara terhadap konsumen, sehingga informasi yang diperoleh lebih bervariasi dari pada jawaban kuesioner yang telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

Elsa Rizki Yulindasari, K. F. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, *3*(1), 55–69.

Haryani, D. (2023). Pengaruh Keyakinan Agama, Logo Halal, Keamanan Bahan, Dan Promosi Pada Produk Ms Glow Terhadap Minat Pembelian Konsumen. *Multilingual: Journal of Universal Studies*, *3*(1), 131–141.

Matondang, Z., Fadlilah, H., & Saefullah, A. (2023). Pengaruh pengetahuan produk, label halal, dan harga produk terhadap keputusan pembelian kosmetik dengan religiusitas sebagai variabel moderating. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *5*(1), 18–38.

Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, *9*(3), 1079. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013

Nurani, S., Yacoub, Y., Ardelia, A. S., & Amalia, S. (2024). Pengaruh Labelisasi Halal, Keamanan Bahan, dan Harga Produk Skincare Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi kasus pada Mahasiswa Muslim Universitas Tanjungpura Pontianak). *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, *12*(4), 365–377.

Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh harga, keamanan dan promosi terhadap keputusan pembelian toko online lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, *1*(1), 1–10.

Wahyuni, I., Wulandari, S., Rukmini, R., & Harahap, N. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Keamanan Bahan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Majestyk Bakery & Cake Shop Bakaran Batu Kecamatan Lubuk Pakam. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *6*(2), 381–389. https://doi.org/10.46576/bn.v6i2.3508

Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, *4*(1), 39–50.

Wati, A. R. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Prodiuk, Harga Dan Keamanan Bahan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimoderasi Oleh Label Halal Pada Kosmetik Sariayu*.

Yanti, N. D., & Darwanto, D. (2021). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *5*(01), 1–22.