



Pengaruh Sertifikasi Halal dan Izin Edar BPOM terhadap Keputusan Beli Kosmetik pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam DDI AGH Abdurrahman Ambo Dalle

Buira¹, Sapri², Wahyudi³

Universitas Islam DDI AGH. Abdurrahman Ambo Dalle¹²³

E-mail: buira77@gmail.com¹, sapri@ddipolman.ac.id², Wahyudi@ddipolman.ac.id³

Abstrak

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

Kata Kunci: Sertifikat Halal, Izin Edar BPOM, Minat Beli, Kosmetik

Abstract

Whether consciously or not, cosmetics and other beauty products are an integral part of women's daily lives for enhancing their appearance. Growing public interest in beauty trends has driven rapid expansion in the cosmetics industry. Women's desire to always look beautiful has prompted irresponsible parties to manufacture or sell cosmetics that fail to meet regulatory distribution standards. Fundamentally, this study aims to determine the impact of Halal certification and BPOM distribution permits on the purchase intentions of female university students. This is a quantitative study employing a correlational approach. The subjects of the study were female students from the Faculty of Islamic Economics and Business. The sample size was determined using the Krejcie and Morgan formula, resulting in a total of 336 respondents. IBM SPSS Statistics 25 was used for data analysis. The study results indicate that Halal certification has a significant influence on female students' purchase intentions regarding cosmetics. Similarly, BPOM distribution permits also significantly influence their purchase intentions.

Keywords: Halal Certificate, BPOM Distribution Permit, Purchase Intention, Cosmetics.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perawatan diri, termasuk di kalangan mahasiswa. Kosmetik tidak hanya digunakan oleh perempuan, namun juga oleh laki-laki, yang menjadikannya sebagai bagian dari gaya hidup modern. Dalam konteks masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, aspek kehalalan suatu produk menjadi pertimbangan penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian, termasuk pada produk kosmetik.¹

Saat ini arus informasi yang diperoleh konsumen terus berkembang secara pesat sehingga turut mempengaruhi pola konsumsi konsumen. Disadari atau tidak, dalam kehidupan sehari-hari kebutuhan wanita tidak dapat lepas dari kosmetik maupun produk kecantikan lainnya untuk menunjang penampilan. Produk penunjang inilah yang dipakai hampir oleh semua perempuan dari bangun tidur sampai menjelang tidur. Oleh sebab itu, banyak industri kosmetik terkini yang bermunculan dan berupaya membagikan inovasi pada tiap produk untuk menjajaki tren kecantikan, demi untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan.²

Dalam ketetapan pembelian yang dilakukan konsumen saat sebelum membeli produk yaitu dengan mencari data terpaut mengenai label halal dan izin edar BPOM yang terdapat pada kemasan. Label halal merupakan tanda atau bukti jika produk tersebut memperoleh sertifikasi halal dari LPPOM MUI. Sertifikasi halal ialah fatwa tertulis MUI kepada suatu produk, yang telah melewati audit oleh LPPOM MUI. Berbeda dengan nomor BPOM merupakan nomor yang dikeluarkan oleh BPOM yang berwenang melaksanakan penilaian keamanan produk yang

¹Lestari, M., Parakkasi, I., & Katman, M. N. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Izin Edar BPOM terhadap Minat Beli Kosmetik pada Mahasiswi. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1238–1251. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.633> diakses pada tanggal 21 Februari 2025

² Hayet, 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia)', *Islamiceconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 2019 pp. 21–38.

berhubungan dengan kesehatan. Dengan penetapan merek Halal dan izin distributor BPOM, konsumen memiliki keyakinan dalam menggunakan dan mengkonsumsi produk. Selain itu, konsumen yakin bahwa produk tersebut tidak mengandung bahan kimia berbahaya dan ilegal.³

Jenis-jenis kosmetik ilegal mengandung bahan berbahaya didominasi oleh produk perawatan kulit wajah sebagai pencerah atau membuat kulit menjadi *glowing* (kosmetik HN, krim malam, krim pagi) mengandung bahan merkuri dan tidak memiliki izin edar.⁴

Hal yang disayangkan adalah tidak sedikit wanita muslim ikut terpicat untuk membeli produk kosmetik harga ekonomis dengan hasil instan serta melalaikan keamanan penggunaan produk tersebut di luar izin Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Padahal telah diketahui sertifikasi dari LPPOM MUI dan BPOM demi untuk menjamin apakah produk tersebut aman dan layak dikonsumsi oleh masyarakat umum, sehingga tidak akan menimbulkan kerusakan pada kulit yang merugikan konsumen.⁵

Hal inilah yang kemudian menyebabkan kosmetik berbahan bahaya dilarang diedarkan karena efek samping yang akan diterima konsumen. Sama halnya dalam Al-Qur'an telah disebutkan bahwa diharamkan mengkonsumsi segala hal yang buruk bagi umat muslim seperti yang dijelaskan pada QS. Al-A'raf:7/157.

³ Pratama, F. and Suwanto 'Pengaruh Labelisasi Halal, Label Bpom Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro', *Manajemen Diversifikasi*, 1(3), pp. 1689–1699. Available at:<http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1288>. 2021, diakses pada tanggal 16 Februari 2025

⁴Badan POM (2020) *Badan POM Ungkap Peredaran Lebih dari 10 Miliar Rupiah Kosmetik Ilegal Di Jakarta dan Jawa Barat*, pom.go.id. diakses pada tanggal 16 Februari 2025

⁵ Khasanah, M. and Suliantoro, A. 'Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetik yang Tidak Terdaftar Izin Edarnya di BPOM Semarang', (1175), pp. 29–35. 2020. h.34

وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ

Terjemahnya:

“Dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk”.⁶

Saat ini pengguna kosmetik terbanyak adalah generasi Z dengan rentang umur 9 – 24 tahun dan berdasarkan data yang diperoleh mencatat lebih dari 40% pengguna kosmetik berusia rata-rata 18 – 24. Bagi wanita tentu saja tampil cantik akan menambah rasa percaya diri dan menjadi kesenangan tersendiri tidak terkecuali dengan mahasiswi yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam DDI Polewali Mandar. Bedak dan lipstick merupakan salah satu dari banyaknya kosmetik yang paling sering digunakan oleh wanita termasuk mahasiswi. Berangkat dari sinilah peneliti ingin mengetahui apakah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berasal dari kampus berlatar belakang Islam memperhatikan produk yang akan digunakannya telah halal dan aman?. Hal tersebut memicu peneliti untuk menelusuri lebih jauh terkait Pengaruh Sertifikasi Halal dan Izin Edar Bpom terhadap Keputusan Beli Kosmetik pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam DDI AGH Ambo dalle Polewali Mandar.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan diukur dengan analisis kuantitatif yang dilakukan oleh penelitian ini (analisis kuantitatif) untuk mengetahui perbedaan variabel yang mendasari penelitian. Penelitian kuantitatif didasarkan pada pengembangan dan penggunaan statistik, data dan/atau gagasan yang berkaitan dengan topik peneliti.⁷ Lokasi penelitian ini adalah dilaksanakan di Universitas Islam DDI A.G.H Abdurrahman Ambo Dalle Polewali Mandar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan menggunakan waktu mulai dari bulan Juni

⁶ Kementrian Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Pustaka, 2021), h.115

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Intro*, Bandung Alf. (Bandung: Alfabeta, 2019), h.32

sampai dengan bulan Juli 2025. Metode pengumpulan data adalah metode yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data penelitian, seperti wawancara, kuesioner, survei, dan analisis data. Alat penelitian adalah alat yang digunakan peneliti untuk mempermudah pekerjaannya dan mendapatkan hasil yang lebih baik. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan yang diajukan peneliti untuk memperoleh informasi guna menilai basis pengetahuan atau keyakinan atau pengetahuan mereka tentang suatu topik.⁸ Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah mengelolah data dari seluruh responden atau sumber data lainnya telah terkumpul dengan uraian detil proses mulai dari penambahan data, pengolahan, hingga menjadi tabulasi data yang siap untuk uji statistik.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

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

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validasi

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

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

⁸ Ansori, M. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Surabaya: Airlangga University Press, 2020

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

Tabel 4. 8

Hasil Uji Validasi

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

19	Y.5	0,743	0,107
20	Y.6	0,701	0,107
21	Y.7	0,694	0,107

(Sumber: data primer yang diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, secara keseluruhan nilai *Pearson Correlation* (rhitung) pada masing-masing variabel lebih besar dari nilai ttabel yaitu 0,107, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pernyataan pada masing-masing variabel dinyatakan **valid**.

b. Uji Realibilitas

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

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

Tabel 4. 9
Ringkasan Hasil Uji Realibilitas

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

(Sumber: data primer yang diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, nilai *Cronbach's alpha* setiap variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel **dinyatakan reliabel**.

c. Uji Asumsi Klasik

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

1) Uji Normalitas

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

**Tabel 4. Nilai Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

N		336
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.Deviation	2.11521233
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.081
	Negative	-.107
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.081 ^c

(Sumber: data primer yang diolah, 2025)

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

2) Uji Multikolineritas

Untuk menentukan apakah model penelitian menunjukkan multikolinearitas, peneliti dapat memeriksa nilai VIF (Variance Inflation Factor) untuk setiap variabel. Untuk toleransi > 0.100 dan $VIF > 10$, model regresi tidak mengalami multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

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

Tabel 4. 12
Heteroskedastisitas

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

(Sumber: data primer yang diolah, 2025)

Distribusi menunjukkan bahwa apabila nilai signifikan di atas 0,05 maka distribusi penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan tabel di atas nilai signifikan X1 di atas 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sama halnya dengan X1, nilai pada variabel X2 juga memiliki nilai yang signifikan yakni 0,061 di atas 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

B. Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik

Berdasarkan hasil uji parsial variabel sertifikasi halal pada tabel 4.14 sebelumnya, nilai thitung (7,634) lebih besar dari pada nilai ttabel (1,967). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima, yang berarti sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa hal tersebut menandakan bahwa mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam memperhatikan pentingnya kehalalan suatu produk. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ella Ramadhani, di mana terdapat pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli produk kosmetik pada masyarakat kota Padang. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian sertifikasi halal memiliki koefisien regresi sebesar 0,125 yang memiliki pengaruh atau arah yang positif terhadap minat beli dan memiliki nilai signifikan $0,045 < 0,05$. Dengan nilai koefisien sebesar 0,125 dan signifikan 0,045 yang mengindikasikan bahwa sertifikasi memberikan *image* positif berupa kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.⁹ Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ferica Aprilia dan Trisha Gilang Saraswati juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara sertifikasi halal dan minat beli yang dibuktikan dengan nilai thitung $9,417 > ttabel\ 1,985$. Hal ini menandakan bahwa persepsi responden terhadap kosmetik halal sangat baik meliputi pentingnya label halal, memilih produk berdasarkan label halal, dan berhati-hati dalam memilih produk.¹⁰ Banyak penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat digunakan di pasar untuk mempromosikan produk halal. Fakta bahwa non-Muslim tidak hanya menyukai makanan, tetapi juga tertarik pada kosmetik, memiliki efek positif pada persepsi mereka tentang produk halal. Dalam hal ini, tingkat resolusi merupakan salah satu variabel yang dapat mengubah minat beli pelanggan.

⁹ Rivai, Veithzal dan Sagala, Ella Jauvani. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: dari Teori ke Praktik*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018), h.24

¹⁰ Aprilia, D., Saraswati, H., Yeni & Pahlawan, M. R. *Makalah Struktur Percakapan dan Preferensi*. 2016. <https://www.slideshare.net/akses:21-07-2025>.

2. Pengaruh Izin Edar BPOM Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik

Berdasarkan hasil uji parsial variabel izin edar BPOM pada tabel 4.14, nilai thitung uji parsial thitung (7,176) lebih besar dari pada nilai ttabel (1,967). Hal ini berarti hipotesis kedua diterima, yaitu izin edar BPOM berpengaruh terhadap minat beli mahasiswi pada kosmetik. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswi juga berhati-hati dalam memilih produk yang aman digunakan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnia Wati yang menyatakan bahwa izin edar BPOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. Hal ini dibuktikan dari nilai thitung $6,487 > \text{ttabel } 1,991$, nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,422.

Penelitian yang dilakukan oleh Fadillah Pratama dan Suwarto juga menyatakan bahwa izin edar BPOM atau label BPOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai thitung $7,442 > \text{ttabel } 1,663$ dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ yang artinya apabila izin edar BPOM meningkat maka keputusan pembelian juga turut meningkat.¹¹

Tujuan pelaksanaan BPOM adalah untuk kebaikan dan keuntungan masyarakat secara umum dimana BPOM bertugas memantau, melindungi dan mengendalikan peredaran produk di Indonesia untuk menjamin keselamatan dan kesehatan konsumen. Biokimia (BCO) yang dapat membahayakan tubuh dan kulit manusia merupakan kosmetik yang sah yang harus dihindari, sehingga BPOM tidak mengizinkan peredarannya.¹²

¹¹ Fadillah, Pratama, and Suwarto. "Pengaruh Labelisasi Halal, Label BPOM Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro." *Manajemen Diversifikasi* 1(3):14. 2021

¹² Karmila Mokodongan, Rafika Nur, and Asdar Arti, 'Pengawasan Peredaran Kosmetik Ilegal Oleh BPOM Di Gorontalo', *Jurnal Hukum Dan Sosial Politik*, 1.1 (2023), 210–22 <<https://doi.org/10.59581/jhsp-widyakarya.v1i1.641>>.

3. Pengaruh Setifikasi Halal Dan Izin Edar BPOM Terhadap Minat Beli Kosmetik

Berdasarkan hasil uji simultan pada tabel 4.16, nilai F_{hitung} (255,913) lebih besar dari pada nilai F_{tabel} (3,023). Hal ini berarti hipotesis ketiga diterima, yaitu sertifikasi halal dan izin edar BPOM secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kosmetik. Selain itu, hipotesis ini juga didukung oleh hasil koefisien determinasi, di mana nilai $R Square$ adalah 0,606 yang berarti kedua variabel bebas berpengaruh 60,6% terhadap minat beli mahasiswa pada kosmetik dan 39,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor lain yang diperkirakan mempengaruhi minat beli pada kosmetik adalah *Digital Selling*.

Novrita Dewi Yanti dan Darwanto dalam penelitiannya mengemukakan bahwa, *digital selling* juga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel minat beli dan menjadi variabel yang memiliki pengaruh terkuat dengan nilai t_{hitung} 7,639 > t_{tabel} 1,985 dengan nilai signifikannya 0,000. *Digital selling* dianggap efektif dalam pemasaran modern yang bisa dilakukan menggunakan teknologi. Kosmetik yang dijual melalui digital dapat dikenal lebih dahulu oleh konsumen sehingga mampu membuat konsumen lebih mengenal produk sebelum akhirnya membeli dan membuat konsumen merasa lebih yakin dan inilah yang membuat minat beli konsumen meningkat.¹³

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh sertifikasi halal dan izin edar BPOM terhadap minat beli kosmetik pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan

¹³ Aprilia, D., Saraswati, H., Yeni & Pahlawan, M. R. *Makalah Struktur Percakapan dan Preferensi*. 2016. <https://www.slideshare.net/akses:21-07-2025>.

aplikasi SPSS 25 dan analisis data yang dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis pertama, yaitu sertifikasi halal berpengaruh terhadap minat beli pada kosmetik. Hasil uji statistik menunjukkan nilai $t_{hitung} 7,634 > \text{nilai } t_{tabel} 1,967$. Dapat dikatakan bahwa sertifikasi halal menjadi salah satu yang menentukan minat beli mahasiswa.
2. Hasil uji hipotesis kedua, yaitu izin edar BPOM berpengaruh terhadap minat beli pada kosmetik. Hasil uji statistik menunjukkan nilai $t_{hitung} 7,176 > t_{tabel} 1,967$. Izin edar BPOM ini dapat dikatakan menjadi salah satu variabel yang menentukan minat beli kosmetik pada mahasiswa. Izin edar BPOM dalam penelitian ini berhubungan dengan aman tidaknya kosmetik digunakan.
3. Hasil uji hipotesis ketiga, yaitu sertifikasi halal dan izin edar BPOM secara simultan berpengaruh terhadap minat beli kosmetik pada mahasiswa. Hasil uji statistik menunjukkan nilai $f_{hitung} 255,913 > f_{tabel} 3,023$. Selain itu, nilai Hasil uji hipotesis ketiga, yaitu sertifikasi halal dan izin edar BPOM secara simultan berpengaruh terhadap minat beli kosmetik pada mahasiswa. Hasil uji statistik menunjukkan nilai $f_{hitung} 255,913 > f_{tabel} 3,023$. Selain itu, nilai

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori, M. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Surabaya: Airlangga University Press, 2020
- Aprilia, D., Saraswati, H., Yeni & Pahlawan, M. R. *Makalah Struktur Percakapan dan Preferensi*. 2016. <https://www.slideshare.net/akses:21-07-2025>.
- Badan POM (2020) *Badan POM Ungkap Peredaran Lebih dari 10 Miliar Rupiah Kosmetik Ilegal Di Jakarta dan Jawa Barat*, pom.go.id.

¹Badan POM (2020) *Badan POM Ungkap Peredaran Lebih dari 10 Miliar Rupiah Kosmetik Ilegal Di Jakarta dan Jawa Barat*, pom.go.id.

- Departemen Pendidikan Agama RI, 'Pedoman Sertifikasi Bagi Guru Pesantren Muadalah Dalam Jabatan', *Komplek Percetakan Al Qur'anul Karim Kepunyaan Raja Fahd*, 2018, p. 1281.
- Fadillah, Pratama, and Suwanto. "Pengaruh Labelisasi Halal, Label BPOM Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro." *Manajemen Diversifikasi* 1(3):14. 2021
- Hayet, 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia)', *Islamiceconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 2019 pp. 21–38.
- Hidayat, R. and Resticha, D. 'Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah', *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 2019 pp. 40–52. doi: 10.30871/jaba.v3i1.1282.
- Karmila Mokodongan, Rafika Nur, and Asdar Arti, 'Pengawasan Peredaran Kosmetik Ilegal Oleh BPOM Di Gorontalo', *Jurnal Hukum Dan Sosial Politik*, 1.1 (2023), 210–22 <<https://doi.org/10.59581/jhsp-widyakarya.v1i1.641>>.
- Lestari, M., Parakkasi, I., & Katman, M. N. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Izin Edar BPOM terhadap Minat Beli Kosmetik pada Mahasiswi. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1238–1251. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.633>
- Rivai, Veithzal dan Sagala, Ella Jauvani. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: dari Teori ke Praktik*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018), h.24
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Intro*, Bandung Alf, 2019.