

## DAFTARPUSTAKA

- Abi, Yudi Irawan, 'Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Di Kota Bengkulu', *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 15.No. 1 (2020), 95–107
- Al-Mahalli, Jalaluddin, and Jalaluddin As-Suyuti, *Tafsir Al-Jalalain Jilid 1, Diterjemahkan Bahrin Abubakar*, 1st edn (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2008)
- Ash-Shiddieqy, Teungku Muhammad Hasbi, *Tafsir Al-Qur'anul Madjid An-Nur Jilid 3* (Jakarta: Cakrawala Publishing, 2011)
- Amalia, Putri Rizki, and Al. Et, 'Pengaruh Brand Image Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Media Sosial (Instagram Dan Youtube)', *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Ekonomi Syariah Al-Iqtishadiyah*, Vol. VII.No. I (2021), 75
- Amanah, Nurul, 'Analisis Perilaku Mahasiswi Dalam Menggunakan Kosmetik Label Halal Di Purwokerto' (IAIN Purwokerto, 2021)
- Amarul, and Andari, 'Analisis Komperatif Para Pelaku Usaha Kecil Yang Tidak Menggunakan Merek Dan Yang Menggunakan Merek Di Wilayah Serang-Cilegon', *Jurnal Sains Manajemen*, Vol. 7.No. 1 (2021), 29–34
- Ananda, Azka Faranisa, and Harimukti Wandebori, 'The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews by Beauty Vlogger on Youtube Towards Purchase Intention By Undergraduate Students in Indonesia', *ISSN: 2528-617X*, h. 272
- Azizah, Siti Nur, *Politik Hukum Produk Halal Di Indonesia* (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2019)
- Cahyani, Cindy Oktavia, and Sutar, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Aldo Shoes', *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 10.No. 2 (2020), h. 208
- Chairunnisyah, Sheilla, 'Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Kosmetika', *Jurnal EduTech*, Vol. 3.No. 2 (2017), 64–75
- Chandrawati, Vania Hanifah, and Cut Irna Setiawati, 'Pengaruh Promosi Dan

- Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Saat Kondisi Covid-19: Studi Pada Pizza Hut Di Jabodetabek’, *Jurnal E-Proceeding of Management*, Vol. 8.No. 5 (2021), 6461–74
- Darmansah, Aprillia; Sri Yanthy Yosepha, ‘Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, Vol. 1.No. 1 (2020), 16
- Dermawan, Aulia Agung, ‘Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Skin Care Melalui Offline Dan Online’ (USU, 2020)
- Dina Rahmawanty Destria Indah Sari, *Buku Ajar Teknologi Kosmetik* (Malang: IRDH, 2019)
- Djohan, Agustinus Johanes, *Manajemen Dan Strategi Pembelian* (Malang: Media Nusa Creative, 2016)
- Ediati, Tuti, ‘Analisis Pengukuran Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Mebel Di Pasar Mebel Bibis Surakarta’, *Jurnal Widaya Ganeswara*, Vol. 26.No. 1 (2016), 163
- Erlangga, Heri, and Et. Al., ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro’, *Jurnal Pemasaran, Keuangan Dan Sumber Daya Manusia*, Vol. 1.No. 4 (2021), 464–72
- Ernawati, Diah, ‘Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung’, *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7.No. 1 (2019), 17–32
- Fitriani, Hani Sri, and Rizki Siti Nur Fitria, ‘Tingkat Pengetahuan Dan Perilaku Mahasiswa Mengenai Legalitas Dan Keamanan Kosmetik’, *Jurnal Kesehatan Fakultas Kesehatan*, Vol. 20.No.- (2021), h. 59
- Gaspersz, Vincent, *Ekonomi Manajerial* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996)
- Halimah, ‘Pengaruh Kredibilitas Beauty Influencer Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Rania Lashes Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Followers Instagram Rania Lashes)’ (Univeraitas Jenderal Soedirman, 2021)

- Hanifa, Aditya Ratu, 'Pengembangan Buku Suplemen Mengenai Titik Kritis Kehalalan Bahan Kimia Dalam Produk Kosmetik Dan Obat-Obatan' (Uin Syarif Hidayatullah, 2021)
- Hasan, KN Sofyan, 'Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan', *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol. 14.No. 2 (2014), 227–38
- Hasibuan, Reni Ria Armayani, 'Pengaruh Produk DOMestik Regional Bruto (PDRB) Terhadap Tingkat Kemiskinan Kota Medan', *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, Vol. 4.No. 3 (2022), 683–93, h. 688
- Hattu, Neysa Feralda, 'Persepsi Konsumen Terhadap Kredibilitas Beauty Influencer Indonesia Dalam Endorsement Produk Lokal Kecantikan' (Universitas Erlangga, 2020)
- Henriawan, Desan, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Mufin Cabang Bumi Panyileukan', *Jurnal Sintea STIE Sebelas April*, Vol. 9.No. 2 (2019), 3
- Hidayat, Wanda Gema Prasadio Akbar, "Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Menggunakan Citra Merek (Brand Image) Sebagai Variabel Intervening' (Universitas Airlangga, 2018)
- Kadir, *Statistika Terapan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016)
- Kartini, 'Penerapan Al-Amr, Al-Nahy, Dan Al-Ibahah Sebagai Kaidah Penetapan Hukum', *Jurnal Al- 'Adl*, Vol. IX.No. I (2016), 26
- Kholidah, Nur, and Muhammad Arifliyanto, *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal* (T.t.p: NEM, 2020)
- Kosmetik, Direktorat Pengawasan, *Laporan Tahunan Tahun 2020*, 2020
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2009)
- Krisna, Aditya, and et. al., *Riset Populer Pemasaran Jilid 1* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021)
- Lengkawati, Arti Sukma, and Taris Qistan Saputra, 'Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Pada Elzatta Hijab Garut', *Jurnal Prismakom*, Vol. 18.No. 1 (2021), 33–38

- Lestari, Annisa Dyah, and Rinaldi Syarif, 'Pengaruh Green Marketing, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken: Studi Kasus KFC Buaran Plaza', *Jurnal Ikraith Ekonometrika*, Vol. 4.No. 3 (2021), 290–99
- Lubis, Fauzi Arif, 'Peranan BMT Dalam Pemberdayaan Ekonomi Di Kecamatan Berastagi-Kabanjahe Kabupaten Karo (Studi Kasus Bmt Mitra Simalem Al-Karomah)', *Jurnal Human Falah*, Vol. 3.No. 2 (2016), 271–95, h. 283
- Mastarida, Friska, Astri Rumondang, Yulianto Budi Setiawan, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Erika Revida, Sukarman Purba, and others, *Service Management* (Yayasan Kita Menulis, 2020)
- Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010)
- Muchtar, Evan Hamzah, 'Konsep Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 168-169', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 2.No. 2 (2018), h. 161
- Muliyawan, Dewi, and Neti Suriana, *A-Z Tentang Kosmetik* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013)
- Mustar, Tengku Firil, *Manajemen Produk Dan Merek* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021)
- Nisa, Khairun, 'Pengaruh Label Halal, Celebrity Endorser, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening' (IAIN Salatiga, 2020)
- Nisrina, Ranty Mella, 'Pengaruh Beauty Influencer Sebagai Marketing Influencer Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik L'oreal Di Counter Matahari Department Store Bandung Indah Plaza' (Universitas Pasundan Bandung, 2019)
- Nur Fadhillah Hasyim, 'Peredaran Kosmetik Tanpa Izin Dalam Perspektif Masalah: Studi Pada Pedagang Kosmetik Di Pasar Maricaya Kota Makassar' (UIN Alauddin Makassar, 2021)
- Nurhayati, and Taufiq, eds., *Buku Chapter: Masa Depan Ekonomi Syariah Indonesia* (Lhokseumawe: FEBI IAIN Lhokseumawe, 2022)

- Pranawa, I Putu Luga, and Agus Putu Abiyasa, 'Digital Marketing Dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan"', *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 16.No. 4 (2019), 58–72
- Priyatno, Duwi, *Mandiri Belajar EVIEWS (Statistical Product and Service Solution)* (Yogyakarta: MediaKom, 2008)
- Puryanti, *Perhitungan Customer Satisfaction Index 9 CSI: Pasien Rawat Inap Berdasarkan Types of Brand Association* (Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2021)
- Putri, Carrere Angeline Harienda, 'Influencer Produk Kecantikan Dalam Mempromosikan Produk Dari Perspektif Etika Bisnis Islam' (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2021)
- Rachmah, Tasha, 'Pengaruh Beauty Influencer Review Pada Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah' (Universitas Bakrie, 2018)
- Rachmania, Diana, and Dhina Widayati, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Brand Image Rumah Sakit', *Jurnal Keperawatan Muhammadiyah*, Edisi Khusus (2019), 121
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Medan: FEBI Press, 2016)
- Ridho, Muhammad, and Suharyono, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 53.No. 1 (2017), h. 124
- Rihastusi, and Soeparno, *Kontrol Kualitas Pangan Hasil Ternak* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014)
- Ristantu, Annisa, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic Di Surabaya', *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 8.No. 3 (2020), h. 1026
- Rohman, Ahmad Taufiqur, 'Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung' (IAIN Tulungagung, 2018)
- Rossanty, Yossie, and Al. Et, *Consumer Behaviour In Era Milenial* (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018)

- Sa'adah, Asneliy, 'Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Gaya Hidup, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda: Studi Kasus Di Toko Yasir Kabupaten Blitar' (IAIN Tulungagung, 2021)
- Sanusi, Anwar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, cet. 4 (Jakarta: Salemba Empat, 2014)
- Sarwono, Jonathan, *Path Analysis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012)
- Savitri, Astrid, *Menggali Pundi-Pundi Lewat Tren Sosial Media* (Yogyakarta: Charissa, 2019)
- Sawiani, Dhiraj Kelly, *Digital Marketing Brand Images* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021)
- Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen : Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2003)
- Silalahi, Erikson A P, 'Pengaruh Kemampuan Beauty Influencer Dan Gaya Hidup Metroseksual Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit (Skincare) Pada Konsumen Pria' (Universitas Sumatera Utara, 2021)
- Simamora, Bilson, *Aura Merek* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003)
- , *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003)
- Sinaga, Rumondang Eliza Maria, and Andriani Kusumawati, 'Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pengguna Kosmetik Maybelline Di Indonesia)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 63.No. 1 (2018), 194
- Situmorang, Syafrizal Helmi, and Et. Al., *Analisis Data Penelitian (Menggunakan Program SPSS)* (Medan: USU Press, 2009)
- Subagyono, Bambang Sugeng Ariadi, *Perlindungan Konsumen Muslim Atas Produk Halal* (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2019)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen* (Bogor: Ghalia Indah, 2004)
- Suryati, Lili, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2012)
- Susanto, A. B., and Himawan Wijanarko, *Power Branding: Membangun Merek*



- Unggul Dan Organisasi Pendukungnya* (Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen, 2004)
- Sya'rawi, Syekh Muhammad Mutawalli, *Tafsir Sya'rawi Jilid 10* (Medan: Duta Azhar, 2011)
- Tamimy, Muhammad Fadhol, *Sharing-Mu, Personal Branding-Mu: Menampilkan Image Diri Dan Karakter Di Media Sosial* (Jakarta: Visi Media, 2017)
- Tarigan, Azhari Akmal, *Etika Dan Spiritualitas Bisnis* (Medan: IAIN Press, 2016)
- Tirtayasa, Satria, and Et. Al, 'Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen', *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 5.No. 1 (2021), 67–68
- Tranggono, Retno Iswari, and Fatma Latifah, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013)
- Umar, Husein, *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005)
- Valentin, Indah, 'Pengaruh Brand Image Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Media Sosial (Instagram Dan Youtube)', *Inovatif Mahasiswa Manajemen*, Vol. 1.No. 2 (2021), 177
- Warto, and Zainal Arif, 'Halal Product Business Between Opportunities and Challenges, Problematics and Their Solutions', *Jurnal Al-Ulum*, Vol. 20.No. 1 (2020), 274–94
- Werang, Basilius Raden, *Pendekatan Kuantitatif Dalam Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Calpulus, 2015)
- Wulandari, Rizky Desty, and Donant Alanto Iskandar, 'Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik', *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol. 3.No. 1 (2018), 11–18
- Yacob, Syahmardi, and Johannes, 'Introduksi Teknik Branding Dan Packaging Sebagai Upaya Meningkatkan Kemampuan Di Desa Mekarjaya Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat', *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, Vol. 3.No. 1 (2019), 1–8

Yunita, Dessy, and et. al., 'No TitleSource Model: Pengukuran Kredibilitas Celebrity Endorser', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 19.No. 1 (2021), 79

Zukhrufani, Alfitri, and Muhammad Zakiy, 'The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 5.No. 2 (2019), 169

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2013)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN



**KUESIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER*, KUALITAS PRODUK DAN**  
**LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**KOSMETIK DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL**  
**INTERVENING**

Kepada:

Responden yang terhormat,

Dalam rangka penelitian mengenai keputusan pembelian, saya bermaksud untuk menganalisis tentang pendapat anda pada variabel terkait. Pada kesempatan ini saya memohon partisipasi anda untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Informasi ini saya perlukan untuk menyelesaikan skripsi pada program studi Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara Medan.

Saya mengharapkan kejujuran dan kemurnian atas jawaban yang anda berikan. Jawaban yang anda berikan merupakan sumbangan yang sangat berharga bagi penelitian ini. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dijamin kerahasiannya dan hanya digunakan semata-mata untuk keperluan penelitian. Atas kesediaan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

Hormat Saya,

Salsabilla Siagian

## 1. Petunjuk Pengisian Kuesioner

- a. Isilah identitas responden pada lembar yang telah disediakan;
- b. Bacalah pertanyaan/pernyataan dengan teliti;
- c. Berikan tanda ceklist ( $\surd$ ); pada jawaban yang anda anggap benar
- d. Mohon menjawab dengan benar dan sesuai (data dijaga kerahasiannya hanya untuk kepentingan penelitian, dan data yang muncul hanya berupa perhitungan statistik.
- e. Ada lima alternatif jawaban, yaitu:
  - 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
  - 2 = Tidak Setuju (TS)
  - 3 = Kurang Setuju (KS)
  - 4 = Setuju (S)
  - 5 = Sangat Setuju (SS)



## 2. Identitas Responden

Nama :  
NIM :  
Jenis Kelamin : ( ) Laki-laki ( ) Perempuan \*pilih salah satu  
Usia :

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## DAFTAR KUESIONER

Mohon untuk memberikan tanda cek (√) pada pilihan pernyataan yang anda pilih.

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

No.	PERNYATAAN KUESIONER	STS	TS	KS	S	SS
<b>KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)</b>						
<b>A. Pemilihan produk/jasa</b>						
1.	Saya melihat produk dan kemasan yang menarik pada produk kosmetik					
2.	Dengan menggunakan kosmetik akan membuat saya lebih percaya diri untuk tampil					
<b>B. Pemilihan merek</b>						
3.	Merek kosmetik yang saya pilih memiliki citra yang baik					
4.	Saya akan membeli produk suatu merek kosmetik dengan jenis dan warna yang terbaru					
<b>C. Pemilihan Waktu</b>						
5.	Saya dapat membeli produk kosmetik kapan saja dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk membeli produk kosmetik					
6.	Saya membeli produk kosmetik dengan proses pembelian yang cepat dan mudah karena produk kosmetik yang saya beli memiliki ketersediaan/stok yang banyak.					
<b>D. Pilihan metode/cara pembayaran</b>						
7.	Proses pembayaran produk kosmetik yang saya gunakan merupakan proses yang mudah					
8.	Tidak ada persyaratan dalam pembelian produk kosmetik yang saya inginkan					
9.	Tidak ada persyaratan dalam pembelian produk kosmetik yang saya inginkan					
<b>BEAUTY INFLUENCER (X1)</b>						
<b>A. Dapat dipercaya</b>						
1.	Para beauty influencer yang saya lihat menyatakan sesuatu sesuai dengan keadaan sebenarnya					
2.	Para beauty influencer yang saya lihat bersedia mengakui kesalahan, kekurangan dan keterbatasan diri					
3.	Para beauty influencer yang saya lihat tidak suka berbohong atau memanipulasi fakta dan informasi					
<b>B. Keahlian</b>						
4.	Para beauty influencer yang saya lihat memiliki pengetahuan, pengalaman dan keahlian					
5.	Para beauty influencer yang saya lihat memiliki pengalaman					
6.	Para beauty influencer yang saya lihat memiliki keahlian					
<b>C. Daya tarik fisik</b>						

7.	Para beauty influencer yang saya lihat berpenampilan dan memiliki ekspresi wajah yang menarik					
8.	Para beauty influencer yang saya lihat memiliki gaya bicara yang menarik					
9.	Para beauty influencer yang saya lihat memiliki kesesuaian hidup dengan produk yang disampaikan					
<b>KUALITAS PRODUK (X2)</b>						
<b>A. Performance</b>						
1.	Kosmetik yang saya gunakan sangat bagus dan mudah digunakan					
<b>B. Pemilihan merek</b>						
2.	Kosmetik yang saya gunakan memiliki kesesuaian dengan yang ditawarkan					
3.	Kosmetik yang saya gunakan memiliki reputasi yang kuat dan berbeda dengan produk pesaing					
<b>C. Reliability</b>						
4.	Kosmetik yang saya gunakan aman karena sudah BPOM					
5.	Kosmetik yang saya gunakan cocok pada semua jenis kulit					
<b>D. Conformance to specification</b>						
6.	Kosmetik yang saya gunakan memiliki karakteristik desain produk yang sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan					
<b>E. Durability</b>						
7.	Kosmetik yang saya gunakan awet karena berlabel halal dan terdaftar di BPOM dan memiliki masa pakai yang lama					
<b>F. Serviceability</b>						
8.	Dalam membeli produk kosmetik yang saya gunakan proses pembeliannya cepat dan mudah dalam membelinya					
<b>G. Aesthetic</b>						
9.	Kosmetik yang saya gunakan memiliki desain yang unik, warna kemasan yang elegan dan tampilan yang menarik					
<b>H. Perceived quality</b>						
10.	Kosmetik yang saya gunakan memiliki kualitas produk yang tinggi					
<b>LABELISASI HALAL (X3)</b>						
<b>A. Gambar</b>						
1.	Saya melihat simbol halal pada produk ketika ingin membeli kosmetik					
<b>B. Tulisan</b>						
2.	Saya melihat tanda halal pada produk ketika ingin membeli kosmetik					
<b>C. Kombinasi gambar dan tulisan</b>						
3.	Saya mengidentifikasi adanya tulisan halal pada logo label halal ketika ingin membeli kosmetik					
<b>D. Menempel pada kemasan</b>						
4.	Saya melihat tulisan halal pada logo label halal yang menempel pada kemasan produk ketika ingin membeli kosmetik					
<b>E. Pengetahuan</b>						
5.	Saya sudah mengetahui adanya label halal yang dikeluarkan LPPOM-MUI					
6.	Informasi label halal LPPOM-MUI meyakinkan saya bahwa produk kosmetik yang saya gunakan tidak berbahaya					
<b>F. Penilaian</b>						

7.	Label halal pada kosmetik memberikan jaminan bahwa kosmetik bebas dari bahan yang tidak halal						
8.	Label halal pada kosmetik akan mengalahkan pesaing kosmetik lain						
<b>G. Kepercayaan</b>							
9.	Saya meyakini bahwa labelisasi halal pada produk kosmetik dilaksanakan dengan prosedur yang benar dan diproses sesuai dengan syariat						
10.	Dengan labelisasi halal akan menjamin kehalalan suatu produk kosmetik						
<b>BRAND IMAGE (Z)</b>							
<b>A. Dapat dipercaya</b>							
1.	Harga produk kosmetik yang saya beli terjangkau						
2.	Produk kosmetik yang saya gunakan memberikan pengalaman menarik ketika saya menggunakan produk kosmetik tersebut						
3.	Penampilan produk kosmetik yang saya gunakan menarik						
<b>B. Keunggulan</b>							
4.	Produk kosmetik yang saya gunakan mengatasi semua masalah kulit seperti berjerawat, berminyak dan kulit kering						
5.	Produk kosmetik yang saya gunakan memberikan kesan yang positif						
6.	Produk kosmetik yang saya gunakan menawarkan berbagai variasi produk						
<b>C. Keunikan</b>							
7.	Merek kosmetik yang saya gunakan mudah diingat						
8.	Merek kosmetik yang saya gunakan mudah dikenali						
9.	Merek kosmetik yang saya gunakan merupakan merek yang sedang populer						

**REKAPITULASI KUESIONER VARIABEL *BEAUTY INFLUENCER* (X1)**

No.	Nomor Butir Kuesioner									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
6	3	3	2	3	3	4	5	5	4	32
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
8	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	4	3	4	4	4	4	5	5	4	37
11	4	5	4	4	5	4	4	4	2	36
12	5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
13	5	4	5	4	5	4	5	5	4	41
14	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41
15	3	3	3	3	4	4	4	4	4	32
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
17	3	4	3	4	4	5	4	4	5	36
18	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
19	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
21	2	2	2	2	2	2	1	2	2	17
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
23	3	3	3	4	4	3	4	4	4	32
24	4	3	4	4	4	4	5	4	5	37
25	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
27	5	3	4	4	4	4	5	5	5	39
28	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
32	5	2	3	4	4	3	4	5	5	35
33	3	3	3	3	4	4	4	4	4	32
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
36	1	5	4	4	5	5	5	4	5	38
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
39	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
40	4	1	2	2	2	3	4	4	3	25
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
42	4	3	2	4	4	4	4	4	4	33
43	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
44	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
45	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33
46	3	3	3	4	4	3	4	4	4	32
47	4	3	3	4	3	4	4	4	4	33
48	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
49	4	4	3	4	5	5	5	5	4	39





22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	40
24	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	43
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	40
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	46
37	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	4	4	3	5	3	4	5	4	4	3	39
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	35
42	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	38
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	42
47	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
48	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
49	5	4	4	5	2	4	5	4	4	4	41
50	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	39
51	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	45
52	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	46
53	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	5	4	3	5	3	4	5	4	4	4	41
57	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
60	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	44
61	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
62	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
63	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
64	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	4	3	4	5	4	3	4	4	4	5	40
68	4	4	4	5	3	4	5	4	3	5	41
69	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	42
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	5	4	3	5	2	4	5	5	3	4	40

75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

### REKAPITULASI KUESIONER VARIABEL LABELISASI HALAL (X3)

No.	Nomor Butir Kuesioner										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
6	2	4	4	4	3	5	5	5	5	4	41
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
9	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	42
10	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	41
11	5	4	3	4	5	5	5	3	5	5	44
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
14	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	5	5	5	2	4	5	3	2	3	5	39
18	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45
19	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	45
20	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
24	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
25	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
26	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	46
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	42
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	44
37	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	43
40	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	37
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	43







44	3	5	4	5	5	5	5	5	5	42
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
46	3	4	4	3	4	5	5	4	4	36
47	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
50	4	4	4	3	4	3	4	4	4	34
51	4	3	4	4	4	5	5	4	5	38
52	3	4	3	3	4	4	5	4	4	34
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
56	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
59	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
60	4	4	4	4	4	5	4	5	5	39
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
62	2	4	5	4	4	3	4	5	5	36
63	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
64	5	5	5	5	5	4	5	4	4	42
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
67	3	4	3	2	4	2	3	3	3	27
68	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
69	3	4	4	3	4	4	4	5	5	36
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
73	4	4	4	4	4	3	5	5	4	37
74	5	5	5	2	5	4	5	5	2	38
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36

## HASIL UJI SPSS Versi 25

### Sub Struktur I

#### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pembelian	36.59	3.767	76
Beauty Influencer	35.63	4.406	76
Kualitas Produk	41.72	3.675	76
Labelisasi Halal	43.12	4.469	76
Brand Image	37.33	3.768	76

#### Correlations

		Keputusan Pembelian	Beauty Influencer	Kualitas Produk	Labelisasi Halal	Brand Image
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian	1.000	.644	.659	.359	.758
	Beauty Influencer	.644	1.000	.609	.413	.718
	Kualitas Produk	.659	.609	1.000	.616	.733
	Labelisasi Halal	.359	.413	.616	1.000	.476
	Brand Image	.758	.718	.733	.476	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian	.	.000	.000	.001	.000
	Beauty Influencer	.000	.	.000	.000	.000
	Kualitas Produk	.000	.000	.	.000	.000
	Labelisasi Halal	.001	.000	.000	.	.000
	Brand Image	.000	.000	.000	.000	.
N	Keputusan Pembelian	76	76	76	76	76
	Beauty Influencer	76	76	76	76	76
	Kualitas Produk	76	76	76	76	76



	Labelisasi Halal	76	76	76	76	76
	Brand Image	76	76	76	76	76

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Brand Image, Labelisasi Halal, Beauty Influencer, Kualitas Produk <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.787 <sup>a</sup>	.619	.598	2.389	2.114

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Labelisasi Halal, Beauty Influencer, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	659.022	4	164.755	28.859	.000 <sup>b</sup>
	Residual	405.334	71	5.709		
	Total	1064.355	75			

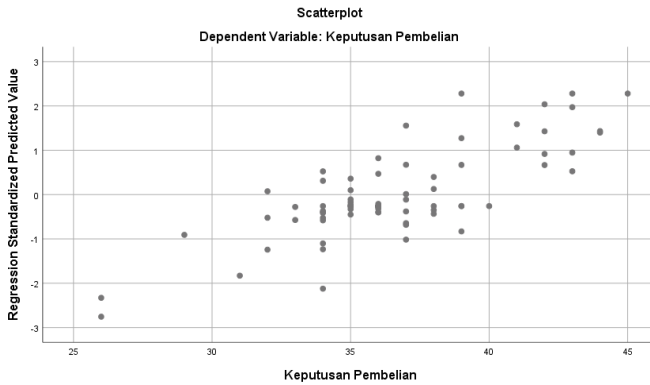
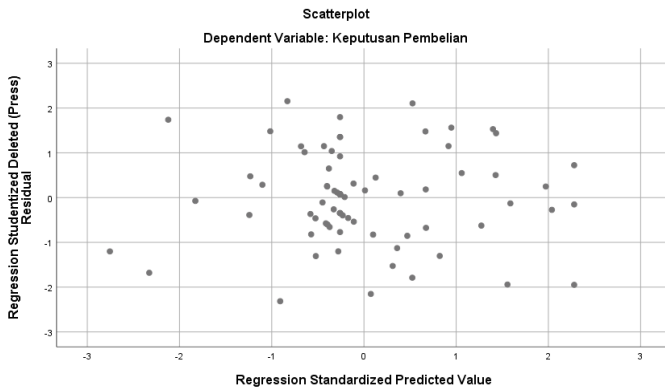
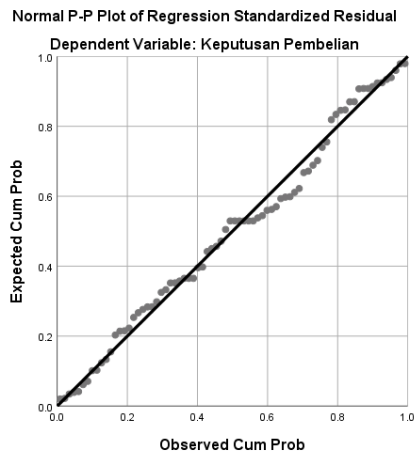
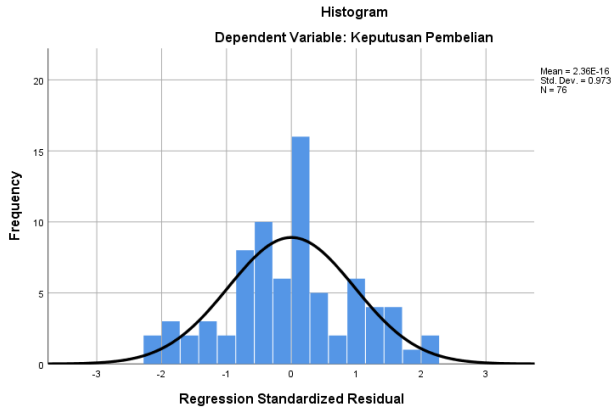
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand Image, Labelisasi Halal, Beauty Influencer, Kualitas Produk

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.721	3.334		1.716	.091
	Beauty Influencer	.152	.091	.178	1.662	.101
	Kualitas Produk	.260	.124	.254	2.092	.040
	Labelisasi Halal	-.091	.079	-.107	-1.153	.253
	Brand Image	.495	.125	.496	3.977	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



ERI  
AEDAN

## Sub Struktur II

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Brand Image	37.33	3.768	76
Beauty Influencer	35.63	4.406	76
Kualitas Produk	41.72	3.675	76
Labelisasi Halal	43.12	4.469	76

### Correlations

		Brand Image	Beauty Influencer	Kualitas Produk	Labelisasi Halal
Pearson Correlation	Brand Image	1.000	.718	.733	.476
	Beauty Influencer	.718	1.000	.609	.413
	Kualitas Produk	.733	.609	1.000	.616
	Labelisasi Halal	.476	.413	.616	1.000
Sig. (1-tailed)	Brand Image	.	.000	.000	.000
	Beauty Influencer	.000	.	.000	.000
	Kualitas Produk	.000	.000	.	.000
	Labelisasi Halal	.000	.000	.000	.
N	Brand Image	76	76	76	76
	Beauty Influencer	76	76	76	76
	Kualitas Produk	76	76	76	76
	Labelisasi Halal	76	76	76	76

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Labelisasi Halal, Beauty Influencer, Kualitas Produk <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Brand Image

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.809 <sup>a</sup>	.655	.640	2.260	1.941

a. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal, Beauty Influencer, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Brand Image

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	696.984	3	232.328	45.481	.000 <sup>b</sup>
	Residual	367.792	72	5.108		
	Total	1064.776	75			

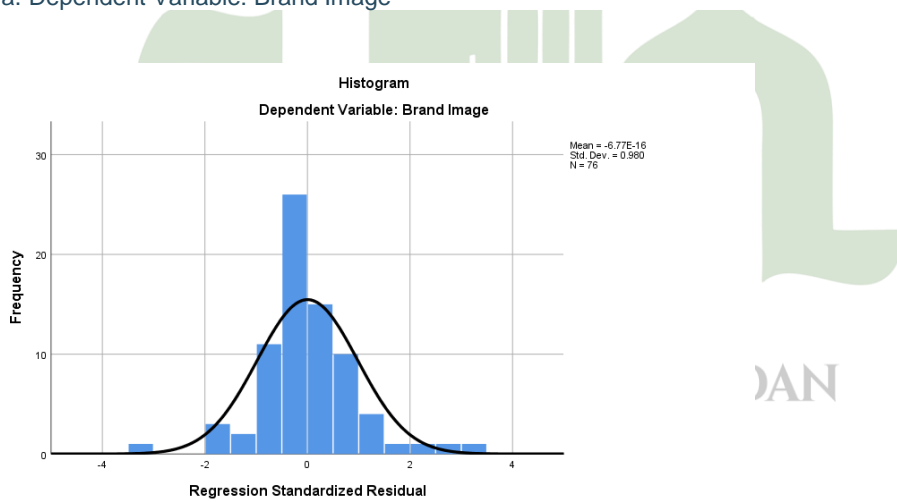
a. Dependent Variable: Brand Image

b. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal, Beauty Influencer, Kualitas Produk

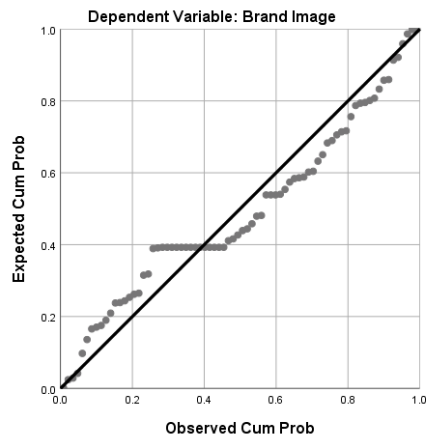
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.952	3.119		1.267	.209
	Beauty Influencer	.369	.075	.432	4.937	.000
	Kualitas Produk	.474	.104	.462	4.566	.000
	Labelisasi Halal	.011	.074	.013	.144	.886

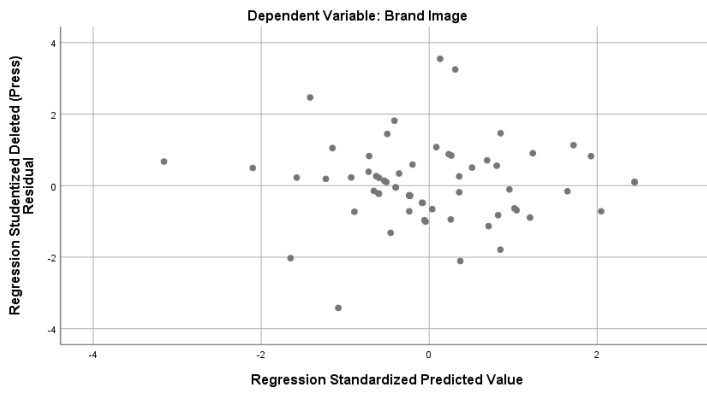
a. Dependent Variable: Brand Image



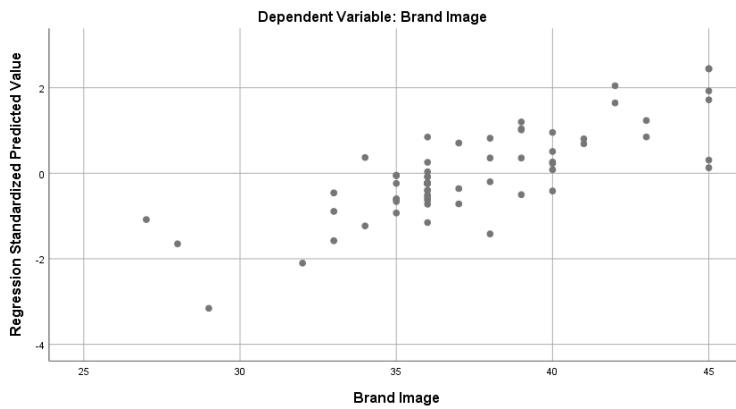
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



Scatterplot



JAN