

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk yang cukup besar. Indonesia merupakan negara yang beriklim tropis sehingga terdapat dua perubahan musim yang melanda negeri ini yaitu kemarau dan penghujan. Namun belakangan ini kita dapat merasakan perubahan iklim yang tidak menentu terjadi dipermukaan bumi khususnya Indonesia. Dengan suhu udara yang cenderung panas sehingga mudah bagi para wanita untuk mengalami kulit yang bermasalah seperti kulit yang mengering karena suhu yang dingin dan menghitam karena terpapar sinar matahari. Memiliki kulit yang lembut dan halus merupakan dambaan setiap orang terutama wanita, untuk itu pemilihan *hand & body lotion* yang tepat bagi kulit akan sangat mempengaruhi kesehatan, kelembutan, dan kehalusan kulit¹. Banyaknya *hand & body lotion* yang beredar dipasaran membuat produsen bersaing ketat untuk menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Indonesia yang memiliki populasi muslim terbanyak di seluruh dunia, hal ini menandakan peluang besar bagi sektor industri halal. Sebagai negara berkembang, Indonesia memiliki populasi yang sebagian besar menganut agama islam. Menurut publikasi oleh *The Royal Islamic Strategic Studies Center* (RISSC) berjudul *The Muslim 500; The World's 500 Most Influential muslim 2024*, Indonesia adalah negara dengan populasi muslim terbesar di

¹ Asiva Noor Rachmayani, "Pengaruh Brand Image, Word Of Mouth, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Hand And Body Lotion Vaseline Di Mellebee Beauty Be Leora Kota Jombang" (2015): 6.

seluruh dunia. Komunitas muslim di Indonesia diproyeksikan mencapai 240,62 juta pada tahun 2023, merupakan 86,7% dari total populasi nasional 277,53 juta².

Dengan adanya perkembangan zaman membuat kebutuhan wanita tentang berbagai produk semakin meningkat. Dengan hal tersebut membuat wanita tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan primer saja namun juga kebutuhan yang dapat memuaskan diri sendiri dengan menggunakan kosmetik³. Jumlah industri kosmetik terus meningkat setiap tahunnya. Jumlah industri kosmetik per Juni tahun 2023 sebanyak 1024 industri kosmetik atau meningkat 12,6 persen dari tahun sebelumnya. Pertumbuhan industri kosmetik berdampak positif bagi perekonomian Indonesia. Nilai ekspor produk kosmetik (HS 330499) tahun 2021 berjumlah US \$132 miliar juga meningkat pesat dari tahun 2020 dengan peningkatan sebesar 30,6 persen. Industri kosmetik dalam pertumbuhannya juga masih terdapat beberapa permasalahan diantaranya indeks kualitas dan persentase mutu kosmetik mengalami penurunan, produk kosmetik masih ada yang mengandung bahan yang berbahaya dan tidak memiliki izin edar, masih adanya gap alat pendukung sistem pengawasan kosmetik. Oleh karena itu, BPOM perlu meningkatkan sistem pengawasannya.

Mayoritas penduduk Indonesia saat ini beragama islam, perkembangan industri kosmetik meningkat secara pesat. Oleh karena itu, kehalalan produksi

² Regita Yessy and Nicky Destiana, *Kemajuan Teknologi E-Commerce Dan Peran Pemerintah Dalam Ekosistem E-Commerce Kota Surabaya*, n.d., <https://dailysocial.id/post/apjii-survei-internet-indonesia-2017>.

³ Tri Novi Yani and Imam Nuryanto, "Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Marina Hand and Body Lotion Di Semarang," *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* 1, no. 1 (2021): 89–95.

merupakan kegiatan suatu produksi yang dapat meningkatkan perekonomian di Indonesia khususnya di industri kosmetik⁴. Kemajuan di lapangan ekonomi, sosial budaya dan teknologi membawa dampak pada trend masyarakat, yang mana produk kecantikan menjadi kebutuhan pokok terutama untuk wanita. Adanya kemajuan pada ketiga bidang tersebut menciptakan ketatnya persaingan dunia kecantikan dengan banyaknya merek-merek yang menghasilkan produk yang sama. Sehingga perusahaan kecantikan harus selalu meningkatkan inovasi agar dapat bertahan ditengah persaingan dan kebutuhan konsumen terpenuhi⁵.

Kehidupan modern saat ini menawarkan kemudahan dan kepraktisan dalam menunjang penampilan salah satunya adalah dengan kosmetik. Kosmetik sudah menjadi kebutuhan utama bagi sebagian kaum wanita untuk menunjang popularitasnya karena menurut wanita kecantikan adalah aset yang wajib dijaga agar menarik untuk dipandang. Produk kosmetik senantiasa menjadi bagian dari kehidupan setiap harinya demi mempertahankan dan mendapatkan kecantikan dari waktu ke waktu⁶. Secara istilah kosmetik berasal dari Bahasa Yunani “Kosmein” yang artinya “berhias”. Kosmetik dikenal manusia sejak dahulu, pada era sekarang pemakaian kosmetik mulai mendapat perhatian, yaitu selain untuk kecantikan, juga untuk kesehatan⁷.

⁴ M. Lutfi and Luluk Hanifah, “Implementation Of Halal Value Chain In The Unit Boarding Boarding Business An- Nafi’iyah Bangkalan,” *Journal of Sharia Economics* 5, no. 2 (2020): 109–118.

⁵ Anindita Anam, S. M., Nadila, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanbody Lotion Merek Citra,” *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah* (2021): 120–136.

⁶ H. WIBOWO, A. H., Hadi, S. P., & Purnaweni, “Bab I Pendahuluan,” *Galang Tanjung*, no. 2504 (2018): 1–9.

⁷ Rahmawanty Dina, *BUKU AJAR TEKNOLOGI KOSMETIK* (CV IRDH, 2019).

Maka dari itu pemakaian kosmetik tentunya harus dipilah dengan baik dan benar karena kosmetik cenderung digunakan setiap hari, seperti halnya *body lotion* Marina. *Body lotion* Marina merupakan salah satu produk kecantikan Indonesia. Produk *body lotion* Marina mengeluarkan produk pertama kali di Indonesia pada tahun 1982 sebagai merek asli Indonesia yang diproduksi oleh perusahaan Indonesia. *Body lotion* Marina telah menjadi salah satu produk *body lotion* yang banyak diminati oleh kalangan perempuan Indonesia, dalam berbagai kategori produk mulai dari *facepowder*, BB cream, *facial cleanser & moisturizer*, *hand body lotion* dll. Hal tersebut dibuktikan dengan ulasan dari para pembeli mengenai produk marina di akun resmi yang menunjukkan banyaknya ulasan positif.

Berdasarkan uraian diatas dikarenakan banyaknya minat pasar dalam pemakaian *body lotion* Marina menjadikan peluang *influencer marketing* bagi beberapa konsumen, hal tersebut diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Hilma Fauziah⁸ bahwa salah satu produk yang diminati masyarakat adalah *hand body lotion*. Berdasarkan data dari *Top Brand Index*, Marina mengalami perkembangan sebesar 16.20%.

Perkembangan produk *body lotion* Marina dalam *top brand index* juga dipengaruhi dalam beberapa aspek, salah satunya yaitu kualitas produk yang dijual dipasaran yang berpengaruh positif terhadap konsumen, karena kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau

⁸ Edi Nurtjahjadi, "Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Kesadaran Merek Produk Hanbody Lotion Marina Dikota Cimahi," no. October (2024).

kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. *hand and body lotion* Marina memiliki kualitas produk yang dipertahankan oleh produk yang dikeluarkannya, mulai dari kualitas botol, berbagai varian keharuman serta kualitas *lotion* saat digunakan di tubuh. Produk yang memiliki kualitas baik akan banyak diincar oleh para konsumen untuk memenuhi kebutuhannya⁹.

Pada produk *body lotion* Marina ini memberikan perlindungan UV yang penting sehingga dapat mencegah kulit dari kerusakan akibat paparan sinar matahari, sementara kandungan mencerahkan membantu meningkatkan kecerahan kulit secara bertahap. Selain itu, produk *body lotion* Marina ini memiliki beberapa varian salah satunya yaitu Marina *UV White, Healthy & Glow, dan Bright and Fresh*, serta tersedia dalam paket *twin pack*. Dengan kandungan yang aman dan efektif, *body lotion* Marina ini cocok untuk semua jenis kulit, sehingga konsumen tidak perlu khawatir dalam pemakaian *body lotion* Marina setiap harinya.

Oleh sebab itu tentunya menjadikan *body lotion* Marina menjadi salah satu incaran para konsumen pasar, tidak hanya kualitas produknya yang unggul tetapi *body lotion* Marina sudah memiliki sertifikat halal. Hal tersebut dibuktikan dilaman cekhalal.id, dimana dilaman cekhalal.id *body lotion* Marina sudah tersertifikasi halal dari HALAL MUI dengan nomor sertifikat LPPOM-00150013140800, sudah tersertifikasi halal oleh Badan

⁹ N K Triandika and K E S Putra, "Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marina Hand and Body Lotion Di Kecamatan Buleleng," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 5, no. 2 (2023): 241–250.

Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dengan nomor sertifikat ID00410000264370622, dan sudah BPOM dengan nomor registrasi NA18200100076. Adanya label halal dalam kemasan produk dapat menambah kesan baik konsumen terhadap sebuah produk. Label halal menjadi sebuah bukti atas kualitas, kemanan serta kebersihan dari sebuah produk. Oleh karena itu, konsumen akan merasa aman dalam mengonsumsi produk - produk berlabel halal sehingga terciptalah kepuasan¹⁰.

Kepuasan konsumen tidak hanya dengan adanya produk yang berlabel halal, akan tetapi dengan adanya harga yang terjangkau juga akan membuat konsumen tertarik untuk membeli suatu produk. Harga yang cenderung ekonomis banyak diminati oleh konsumen, karena bisa menghemat uang untuk keperluan lain. *body lotion* Marina menawarkan produk yang terjangkau namun mempunyai kelebihan dapat memutihkan kulit dan menjaga kelembaban kulit karena didalamnya mengandung *bio moisturizing essence* dari madu murni, *lotion* dan vitamin E sebagai pelembab alami. Kalangan remaja hingga dewasa secara umum menyukai produk yang harganya terjangkau dan berkualitas. Dikarenakan produk *body lotion* Marina harganya terjangkau, maka para konsumen terutama anak sekolah hingga Mahasiswa yang belum memiliki penghasilan bisa membeli dan memakainya¹¹.

¹⁰ Rizkiyah Rokhmatul Laili and Clarashinta Canggih, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya)," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 8, no. 6 (2021): 743.

¹¹ Rima Dwi Safitri, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hand and Body Lotion Marina Di Kota Surakarta" (2023): 11–27.

Peneliti memilih produk *hand body lotion* Marina sebagai penelitian dikarenakan produk ini dikenal sebagai merek yang menawarkan produk perawatan kulit dengan harga yang terjangkau serta bahan-bahan yang diklaim bermanfaat bagi kesehatan kulit. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana efektivitas produk *hand body lotion* Marina dalam menjaga kesehatan kulit, tingkat kepuasan konsumen serta faktor yang mempengaruhinya yaitu harga, kualitas produk, label halal dan *influencer marketing*. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan bagi konsumen dalam memilih produk yang sesuai serta menjadi referensi bagi industri kosmetik dalam mengembangkan produk yang lebih baik.

Penelitian terdahulu mengenai harga, kualitas produk, label halal dan *influencer marketing* telah dilakukan dalam beberapa konteks, tetapi tidak secara spesifik terkait dengan keputusan pembelian *body lotion* Marina. Namun, beberapa penelitian telah menemukan bahwa harga, kualitas produk, label halal dan *influencer marketing* memiliki pengaruh signifikan dan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk. Seperti penelitian yang dilakukan Tara Ayu Anindita¹² menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan Puja Ratna Sari¹³ menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh secara

¹² Muhammad Syariful Anam et al., “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra,” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 4, no. 1 (2020): 120–136.

¹³ Puja Ratna Sari and Rokh Eddy Prabowo, “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Hand and Body Lotion Vaseline Di Kota Semarang,” *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi* 17, no. 1 (2020): 22–31, [https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/13448%0Ahttps://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/13448/13.BAB V.pdf?sequence=13&isAllowed=y](https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/13448%0Ahttps://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/13448/13.BAB%20V.pdf?sequence=13&isAllowed=y).

signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan Kadek Ayuk Riska Oktavenia¹⁴ bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan dari penelitian lain yang dilakukan oleh Eky Jumrotul Laila¹⁵ bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan, sehingga tidak berpengaruh terhadap keputusan. Pada penelitian terdahulu yaitu Tengku Putri Lindung Bulan¹⁶ bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu ada penelitian yang menghasilkan pendapat berbeda yaitu Saleh Sitompul¹⁷ mengatakan bahwa label halal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian Aldi Taufik Darmawan¹⁸ mengatakan bahwa *influencer marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sementara itu penelitian dari Andi Asil Setiawan¹⁹ bahwa *influencer marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

¹⁴ Kadek Ayuk Riska Oktavenia and I Gusti Agung Ketut Sri Ardani, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi,” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8, no. 3 (2018): 1374.

¹⁵ Eky Jumrotul Laila and Tri Sudarwanto, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik QTA Ponorogo,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 6, no. 1 (2018): 1–9.

¹⁶ Tengku Putri Lindung Bulan, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang,” *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam* 5, no. 1 (2016): 431–439.

¹⁷ Saleh Sitompul Sitompul, “Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating,” *Shar-E : Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah* 7, no. 1 (2021): 50–64.

¹⁸ Aldi Taufik Darmawan and Mulyo Budi Setiawan, “Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word Of Mouth Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang),” *Jesya* 7, no. 1 (2024): 778–789.

¹⁹ Adil Satiawan, Rahmad Solling Hamid, and Edi Maszudi, “Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 9, no. 1 (2023): 1–14.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dilapangan serta pemaparan beberapa penelitian memiliki hasil yang berbeda-beda diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji ulang penelitian tersebut dengan objek yang berbeda dan lokasi yang berbeda. Kebaruan penelitian ini terletak pada *influencer marketing* dan label halal dalam menganalisis keputusan pembelian produk kosmetik *body lotion* Marina di kalangan Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak mengkaji faktor-faktor tersebut secara terpisah, serta menambahkan nilai agama dan strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian produk *body lotion* Marina. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai pengaruh interaksi antara kedua elemen tersebut terhadap keputusan pembelian produk *body lotion* Marina.

Penelitian ini dapat membantu dan memahami mengenai keputusan pembelian Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura pada produk *body lotion* Marina. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Ruang lingkup penelitian ini ditujukan untuk Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura yang merupakan pengguna *body lotion* Marina. Sehingga dari pemaparan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BODY LOTION MARINA”**.

Meskipun banyak penelitian membahas faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik, masih terdapat kesenjangan dalam memahami bagaimana harga, kualitas produk, label halal *dan influencer marketing* secara simultan memengaruhi keputusan pembelian *body lotion* Marina, khususnya dikalangan Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura. Sebagai konsumen yang cenderung mempertimbangkan aspek syariah dalam berbelanja, Mahasiswi ini mungkin memiliki preferensi yang berbeda dibandingkan dengan konsumen umum. Namun, belum banyak penelitian yang secara spesifik meneliti pengaruh keempat faktor tersebut dalam konteks produk perawatan tubuh yang berlabel halal. Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis faktor-faktor tersebut dalam menentukan keputusan pembelian *body lotion* Marina dikalangan Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura.

B. Identifikasi Masalah

1. Persaingan pasar yang semakin besar, karena sekarang banyak yang menjual *body lotion* dengan berbagai macam merek. Konsumen memiliki banyak pilihan, sehingga keputusan mereka dipengaruhi oleh faktor harga, kualitas, dan keunikan produk dibandingkan dengan merek lain.
2. Jika harga *body lotion* Marina lebih tinggi dibandingkan dengan merek lain yang menawarkan kualitas serupa atau bahkan lebih baik, konsumen mungkin memilih merek yang lebih terjangkau. Karena konsumen lebih cenderung untuk melakukan pembelian ketika produk memiliki harga yang terjangkau dalam kaitannya dengan kualitas dan keunggulannya.

3. Jika konsumen tidak merasa bahwa *body lotion* Marina memberikan manfaat yang diinginkan (misalnya, melembapkan dengan baik, aroma yang tahan lama, atau mengatasi masalah kulit tertentu), mereka mungkin kurang tertarik untuk membeli produk tersebut lagi. Karena konsumen lebih tertarik pada produk *body lotion* yang banyak manfaatnya karena dapat membantu mengatasi masalah kulit, seperti kulit kering, kasar, dan iritasi.
4. Banyaknya produk kosmetik yang beredar di Indonesia belum mempunyai label halal. Dengan adanya peraturan pemerintah mengenai sertifikasi halal pada kosmetik, pangan, obat-obatan, dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan.

C. Batasan Masalah

Untuk menghindari penyimpangan permasalahan dalam penelitian maka perlu dilakukan pembatasan terhadap permasalahan yang akan diteliti. Peneliti melakukan Batasan penelitian yang hanya berfokus pada Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Label Halal, dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik *Body Lotion* Marina (Studi Kasus Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura).

D. Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik *body lotion* Marina oleh Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh keputusan pembelian produk kosmetik *body lotion* Marina oleh Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura?
3. Apakah label halal berpengaruh keputusan pembelian produk kosmetik *body lotion* Marina oleh Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura?
4. Apakah *influencer marketing* berpengaruh keputusan pembelian produk kosmetik *body lotion* Marina oleh Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura?
5. Apakah harga, kualitas produk, label halal, *influencer marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik *body lotion* Marina oleh Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik *body lotion* Marina oleh Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik *body lotion* Marina oleh Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura.
- c. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik *body lotion* Marina oleh Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura.

- d. Untuk mengetahui pengaruh *influencer marketing* terhadap Keputusan pembelian produk kosmetik *body lotion* Marina oleh Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura.
- e. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, label halal, *influencer marketing* berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk kosmetik *body lotion* Marina oleh Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, peneliti dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menargetkan audiens dengan cara yang lebih tepat. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai harga, kualitas produk, label halal, dan *influencer marketing* dalam keputusan pembelian.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan atas hasil yang telah diperoleh. Adanya penelitian ini juga diharapkan dapat membantu audiens untuk memberikan solusi terkait adanya pengaruh harga, kualitas produk, label halal, dan *influencer marketing* dalam keputusan pembelian.

F. Sistematika Pembahasan

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi penjelasan secara umum masalah yang diteliti dan diuraikan secara singkat, padat, tepat, dan jelas. Pendahuluan terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka berisi tentang teori yang berhubungan dengan topik atau masalah penelitian yang dijadikan sebagai landasan dan pemecahan masalah dalam penelitian. Kajian pustaka dapat berasal dari buku atau publikasi jurnal yang dianggap relevan. Pada bab ini juga terdapat kerangka berfikir dan hipotesis yang menjadi jawaban sementara penelitian.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian berisikan pemilihan pendekatan atau cara penelitian yang akan digunakan dengan memperhatikan sifat-sifat variabel yang akan diteliti meliputi, jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, variabel operasional, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, populasi dan sampel, serta teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai paparan data yang ditemukan oleh peneliti. Pada bab ini peneliti menyajikan data yang telah diolah, dianalisis, dan membuktikan hipotesis penelitian.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya. Dapat dikatakan bahwa bab ini merupakan jawaban yang sah dalam pokok permasalahan yang diterangkan dan telah dianalisis sebelumnya.