

PENGARUH IKLAN ISLAMI, LABELISASI HALAL, DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH
(Studi Kasus Pada Mahasiswi UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Oleh :

RAHMA KHOERUNISA

NIM. 2282120061

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON
1447 H / 2026 M

HALAMAN JUDUL

PENGARUH IKLAN ISLAMI, LABELISASI HALAL, DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH
(Studi Kasus Pada Mahasiswi UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

RAHMA KHOERUNISA

NIM : 2282120061

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

1447 H / 2026 M

ABSTRAK

RAHMA KHOERUNISA. NIM:2282120061. “PENGARUH IKLAN ISLAMI, LABELISASI HALAL, DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus Mahasiswi UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)”, SKRIPSI, 2026

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan industri kosmetik halal di Indonesia serta pentingnya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim, khususnya mahasiswi. Wardah sebagai pelopor kosmetik halal menghadapi tantangan untuk mempertahankan posisi pasar di tengah banyaknya kompetitor. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh iklan islami, labelisasi halal, dan *word of mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada mahasiswi UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan bantuan IBM SPSS Statistics 25, meliputi uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial iklan islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (t hitung $2,757 > t$ tabel $1,985$; sig. $0,007 < 0,05$), dan *word of mouth* juga berpengaruh positif dan signifikan (t hitung $6,038 > t$ tabel $1,985$; sig $0,000 < 0,05$). Sementara itu, labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (t hitung $0,040 < t$ tabel $1,985$; sig $0,968 > 0,05$). Secara simultan, iklan islami, labelisasi halal, dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (F hitung $30,383 > F$ tabel $2,699$; sig $0,000 < 0,05$). Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar $0,471$ menunjukkan bahwa $47,1\%$ variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Iklan Islami, Labelisasi Halal, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

RAHMA KHOERUNISA. ID:2282120061. “THE EFFECTS OF ISLAMIC ADVERTISING, HALAL LABELING, AND WORD OF MOUTH (WOM) ON PURCHASING DECISIONS FOR WARDAH COSMETIC PRODUCTS (A Case Study of Female Students at UIN Syekh Nurjati Cirebon)”, THESIS, 2026

This study was motivated by the increasing competition in Indonesia's halal cosmetics industry and the importance of understanding the factors that influence the purchasing decisions of Muslim consumers, particularly female university students. As a pioneer in halal cosmetics, Wardah faces the challenge of maintaining its market position amid numerous competitors. Therefore, this study aims to analyze the influence of Islamic advertising, halal labeling, and word of mouth (WOM) on the decision to purchase Wardah cosmetic products among female students at UIN Syekh Nurjati Cirebon.

This study employs a quantitative approach using multiple linear regression. The population in this study consists of female students at UIN Syekh Nurjati Cirebon, with a sample size of 100 respondents. Data were collected via a questionnaire and analyzed using IBM SPSS Statistics 25, including classical assumption tests, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2).

The results indicate that, partially, Islamic advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions (calculated $t\ 2.757 > \text{critical } t\ 1.985$; sig. $0.007 < 0.05$), and word of mouth also has a positive and significant effect (calculated $t\ 6.038 > \text{critical } t\ 1.985$; sig. $0.000 < 0.05$). Meanwhile, halal labeling does not have a significant effect on purchasing decisions ($t\text{-calculated } 0.040 < t\text{-table } 1.985$; sig. $0.968 > 0.05$). Simultaneously, Islamic advertising, halal labeling, and word of mouth have a positive and significant effect on purchasing decisions (calculated $F\ 30.383 > \text{table } F\ 2.699$; sig. $0.000 < 0.05$). The adjusted R-squared value of 0.471 indicates that 47.1% of the variation in purchase decisions can be explained by these three variables, while the remainder is influenced by other factors outside the scope of this study.

Keywords: Islamic Advertising, Halal Labeling, Word of Mouth, Purchase Decision.

الملخص

رحمة خويرونيصة نيم : ٢٠٢١.٢٢٨٢١٢٠٠٦١. "تأثير الإعلان الإسلامي، ووضع العلامات الحلال، والتوصيات الشفهية على قرار شراء منتجات واردة التجميلية (دراسة حالة لطالبات جامعة سيبر شيخ نورجاتي سيريبيون الإسلامية الحكومية)"، أطروحة، ٢٠٢٦.

تستند هذه الدراسة إلى تزايد المنافسة في صناعة مستحضرات التجميل الحلال في إندونيسيا، وأهمية فهم العوامل التي تؤثر في قرارات الشراء لدى المستهلكين المسلمين، خاصة الطالبات. وتواجه علامة ورده بوصفها رائدة في مستحضرات التجميل الحلال تحديات في الحفاظ على موقعها في السوق في (Wardah)، ظل كثرة المنافسين. لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الإعلان الإسلامي، ووضع العلامة الحلال على قرار شراء منتجات مستحضرات التجميل ورده لدى طالبات (Word of Mouth) والتسويق الشفهي. سيبر شيخ نورجاتي تشيريبيون UIN جامعة

استخدمت هذه الدراسة المنهج الكمي من خلال أسلوب الانحدار الخطي المتعدد. وتمثل مجتمع الدراسة في طالبات الجامعة المذكورة، حيث بلغ حجم العينة 100 مستجيبة. جُمعت البيانات باستخدام وذلك من خلال اختبارات 25 IBM SPSS Statistics، وتم تحليلها باستخدام برنامج (R^2) ومعامل التحديد، (F) واختبار (t) الافتراضات الكلاسيكية، واختبار

أظهرت نتائج الدراسة أن الإعلان الإسلامي والتسويق الشفهي لهما تأثير إيجابي ومعنوي على قرار الشراء، بينما لم يظهر لوضع العلامة الحلال تأثير معنوي. كما بيّنت النتائج أن المتغيرات الثلاثة مجتمعة تؤثر تأثيرًا إيجابيًا ومعنويًا على قرار الشراء. وبلغت قيمة معامل التحديد المعدل 0.471، مما يدل على أن 47.1% من التغير في قرار الشراء يمكن تفسيره من خلال هذه المتغيرات، بينما تعزى النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى خارج نطاق الدراسة.

الكلمات البحث: الإعلان الإسلامي، العلامة الحلال، التسويق الشفهي، قرار الشراء

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH IKLAN ISLAMI, LABELISASI HALAL, DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus Mahasiswi UIN Siber Syekh Nurjati

Cirebon)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

RAHMA KHOERUNISA

NIM: 2282120061

Pembimbing:

Pembimbing I

Pembimbing II

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON

Prof. Dr. H. Aan Jaflani, M. Ag.

Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si.,

NIP. 197506012005011008

NIP. 197301072009012001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Dr. H. Fachrudin Quraeni Busthomi, Lc., M.Ag
NIP. 197312232007011022

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Di Cirebon

Assalamualaikum Wr.Wb.

Setelah melalui proses bimbingan yang meliputi pemberian arahan serta perbaikan terhadap penyusunan skripsi Saudari **Rahma Khoerunisa NIM: 2282120061** dengan judul **"PENGARUH IKLAN ISLAMI, LABELISASI HALAL, DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus Mahasiswi UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)"**, Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosyahkan.

Demikian nota dinas ini kami sampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Cirebon, 2 April 2026

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag.

NIP. 197506012005011008

Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si.,

NIP. 197301072009012001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



Dr. N. Achmad Busthomi, Lc., M.Ag

NIP. 1972070122322007011022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“PENGARUH IKLAN ISLAMI, LABELISASI HALAL, DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus Mahasiswi UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)”** yang disusun oleh **RAHMA KHOERUNISA, NIM 2282120061**, telah diajukan oleh saudara/i dalam sidang munaqasyah di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Skripsi tersebut dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqasyah

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang



Dr. H. Achmad Chong Ersthomi, Lc., M.Ag

Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

NIP. 197312232007011022

NIP. 197311252014111002

Penguji I

Penguji II

Dr. Lavaman, S.E., M.Si.

NIP. 1972100722011011002

Dr. H. Edy Setiawan, Lc., MA.

NIP. 197704052005011003

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahma Khoerunisa
NIM : 2282120061
Tempat, Tanggal Lahir : Majalengka, 25 Agustus 2003
Alamat : Desa Ciparay, Blok Jum'at, RT/RW
001/001, Kecamatan Leuwimunding, Kabupaten
Majalengka, Provinsi Jawa Barat.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH IKLAN ISLAMI, LABELISASI HALAL, DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus Mahasiswi UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)”** beserta seluruh isinya merupakan hasil karya orisinal Penulis. Seluruh ide, teori, maupun materi yang dikutip dari sumber lain telah dicantumkan melalui prosedur referensi dan sitasi yang sesuai dengan standar etika ilmiah yang berlaku.

Atas pernyataan ini, Penulis siap memikul segala konsekuensi hukum maupun sanksi akademik yang ditetapkan oleh institusi, apabila di kemudian hari terbukti terjadi pelanggaran terhadap orisinalitas karya atau terdapat klaim dari pihak lain atas keaslian skripsi ini.

Cirebon, 20 April 2026

Yang menyatakan,



RAHMA KHOERUNISA

NIM. 2282120061

KATA PERSEMBAHAN

Di antara seluruh halaman dalam skripsi ini, lembar persembahan adalah halaman yang paling bermakna, karena di sinilah penulis menitipkan rasa terimakasih yang tidak mampu terucap oleh kata-kata. Bismillahirrahmanirrahim, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada Allah SWT., sumber dari segala kekuatan dan tempat bergantung dalam setiap keadaan. Terima kasih atas segala rahmat, nikmat, dan kemudahan yang selalu Engkau berikan, sehingga penulis mampu melalui setiap proses yang tidak selalu mudah hingga sampai pada titik ini. Tiada daya dan upaya tanpa izin-Mu. Semoga karya sederhana ini menjadi wujud rasa syukur serta langkah kecil dalam meraih ridha-Mu.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak dan Mamah, yang dengan ketulusan, kesabaran, dan kasih sayang tak terhitung telah membimbing penulis sejak masa kecil hingga mencapai bangku perguruan tinggi. Terima kasih atas setiap doa yang dipanjatkan, setiap nasihat yang diberikan, dan setiap pengorbanan yang mengiringi langkah penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi dan meraih gelar sarjana. Terima kasih pula atas cintanya yang tidak pernah berkurang dan dukungan yang tidak pernah berhenti menguatkan penulis sepanjang perjalanan pendidikan ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan dengan keberkahan dan kesehatan sepanjang usia. Aamiin.
3. Kakak penulis, Lisna Wulan Fujianti, yang selalu memberikan dukungan, bantuan, dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Sepupu penulis, Alfiany Qoulina Riefayanti dan Indah Ainun Nafiah, yang berada di setiap proses dan perjuangan penulis dalam menorehkan cerita. Terima kasih telah menjadi rumah kedua penulis yang tidak hanya ada di saat tawa mengisi hari, tetapi selalu siap mendengar, atas nasihat dan motivasi yang seringkali datang tepat penulis membutuhkannya.
5. Dosen pembimbing skripsi yakni, Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag. dan Ibu Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si. yang telah memberikan bimbingan,

arahan, serta kesabaran yang telah diberikan selama proses pengerjaan skripsi ini.

6. Bapak Ibrizul Izzy, MH., yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta kesabaran yang telah diberikan selama proses pengerjaan skripsi ini.
7. Seluruh pimpinan dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), penulis menyampaikan terima kasih atas dukungan, pelayanan, serta suasana akademik yang mendukung selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh pimpinan dan Bapak/Ibu Dosen Jurusan Ekonomi Syariah, penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih atas ilmu, nasihat, serta bimbingan yang telah diberikan. Semoga setiap ilmu yang diberikan menjadi kebaikan yang bernilai dan membawa keberkahan.
9. Almamater, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, yang telah menjadi tempat bagi penulis menimba ilmu, mengembangkan diri, serta memperoleh pengalaman berharga dalam membentuk wawasan dan kepribadian penulis.
10. Jessica Rahman, dan Putri Aulia Zahra yang menjadi sahabat penulis sejak awal masa perkuliahan. Segala canda, tawa, suka, sedih, dan diskusi larut malam menjadi bagian dari perjuangan yang tidak terasa sendiri. Bersama kalian, hari-hari di kampus berubah menjadi cerita yang layak dikenang. Penulis merasa sangat bersyukur dipertemukan oleh orang yang tulus, setia, dan ceria seperti kalian. Terima kasih telah bertahan di sisi penulis di kala banyak masalah yang dihadapi bersama. Kalian bukan sekedar teman, tapi bagian dari perjalanan yang akan selalu hidup dalam ingatan penulis.
11. Cici permatasari, teman satu bimbingan penulis, terima kasih atas kebersamaan, perjuangan, dan saling mendukung satu sama lain selama proses penyusunan skripsi ini.
12. Anis, Nirma, Salsa, dan Euis, yang telah menjadi bagian dari perjalanan panjang penulis, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan kebersamaan yang terus hadir hingga saat ini. Kehadiran kalian memberikan arti tersendiri dalam setiap proses yang dijalani penulis.

13. Seluruh teman-teman kelas B yang menjadi keluarga di masa perkuliahan dan teman-teman KKN 54 yang menjadi bagian cerita penulis.
14. Teman-teman mahasiswi UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, penulis menyampaikan terima kasih atas partisipasi dan kesediannya dalam mengisi kuesioner, sehingga sangat membantu kelancaran dan terselesaikannya penelitian ini.
15. Terakhir, untuk diri saya sendiri, terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih sudah tetap melangkah meski sering ragu, lelah, dan ingin menyerah. Skripsi ini mungkin tidak sempurna, tetapi proses ini menjadi pengalaman yang penuh makna dan pembelajaran pribadi yang mendalam, dan skripsi ini bukti perjuangan nyata dan patut dibanggakan.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Rahma Khoerunisa, dilahirkan di Kabupaten Majalengka pada tanggal 25 Agustus 2005. Penulis merupakan anak Terakhir dari pasangan Bapak Suparman dan Ibu Siti Khadijah. Saat ini, Penulis berdomisili di Blok Jum'at, RT/RW 001/001, Kecamatan Leuwimunding, Kabupaten Majalengka, Provinsi Jawa Barat.

Riwayat pendidikan yang telah ditempuh oleh Penulis adalah sebagai berikut:

1. SDN 1 Ciparay lulus pada tahun 2016
2. SMPP Pesantren Ciwaringin lulus pada tahun 2019
3. SMAN 1 Rajagaluh lulus pada tahun 2022

Pada tahun 2022, Penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Jurusan Ekonomi Syariah. Pada tahun 2026, Penulis menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **PENGARUH IKLAN ISLAMI, LABELISASI HALAL, DAN *WORD OF MOUTH (WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus Mahasiswi UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)** di bawah bimbingan Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag., dan Ibu D.r. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

“Life can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch and release”

-Taylor Swift

“Let your dreams be bigger than your fears”



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan Islami, Labelisasi Halal, dan *Word of Mouth (WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon). dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW., beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penelitian ini membahas keputusan pembelian pada mahasiswi UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon yang dipengaruhi oleh iklan islami, labelisasi halal, dan *word of mouth (WOM)*. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, arahan, dan doa berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof . Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag., selaku Rektor UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dr. H. Didi Sukardi, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Dr. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Dosen pembimbing skripsi yakni, Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag. dan Ibu Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si. yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta kesabaran yang telah diberikan selama proses pengerjaan skripsi ini.
5. Bapak Ibrizul Izzy, MH., yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta kesabaran yang telah diberikan selama proses pengerjaan skripsi ini.

6. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Program Studi Ekonomi Syariah, yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta, atas doa, dukungan, dan motivasi yang senantiasa menjadi kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini.
8. Teman-teman Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2022 serta semua pihak yang telah memberikan dukungan hingga selesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat serta menjadi tambahan wawasan bagi para pembaca. Aamiin ya Rabbal 'alamin.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
الملخص.....	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
NOTA DINAS.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	viii
KATA PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
MOTTO	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
F. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Grand Theory.....	15
1. <i>Theory Of Planned Behaviour and Teory Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	15
B. Keputusan Pembelian	16
1. Pengertian Keputusan Pembelian	16

2.	Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	17
3.	Indikator Keputusan Pembelian	19
4.	Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Islam.....	20
C.	Iklan Islami.....	21
1.	Pengertian Iklan Islami	21
2.	Faktor-faktor yang mempengaruhi Iklan Islami	23
3.	Indikator Iklan Islami.....	25
4.	Iklan Islami Menurut Perspektif Islam.....	27
D.	Labelisasi Halal	27
1.	Pengertian Labelisasi Halal.....	27
2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Labelisasi Halal	29
3.	Indikator Labelisasi Halal	31
4.	Labelisasi Halal Menurut Perspektif Islam	32
E.	<i>Word of mouth (WOM)</i>.....	33
1.	Pengertian <i>Word of mouth</i>	33
2.	Manfaat <i>Word of mouth</i>	34
3.	Indikator <i>Word of mouth</i>	35
4.	<i>Word of mouth</i> Menurut Perspektif Islam.....	37
F.	Penelitian Tedahulu	38
G.	Kerangka Konseptual.....	46
H.	Pengembangan Hipotesis.....	47
1.	Pengaruh iklan islami terhadap keputusan pembelian	47
2.	Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian	48
3.	Pengaruh <i>word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian.....	49
4.	Pengaruh Iklan Islami, Label Halal, dan <i>Word of mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	50
BAB III	METODE PENELITIAN	52
A.	Pendekatan Penelitian	52
B.	Populasi dan Sampel.....	52
1.	Populasi.....	52
2.	Sampel.....	52

C. Sumber Data Penelitian.....	54
D. Teknik Pengumpulan Data	54
1. Observasi.....	54
2. Kuesioner (Angket).....	55
3. Dokumentasi	55
E. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	56
1. Variabel penelitian	56
2. Definisi Operasional Variabel.....	56
F. Teknik analisis data	59
1. Uji Instrumen Data.....	59
2. Uji Asumsi Klasik.....	60
3. Uji Regresi Linear Berganda.....	62
4. Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
A. Gambaran Objek Penelitian	65
1. Profil UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.....	65
2. Visi Misi UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.....	66
3. Struktur Organisasi	67
4. Profil Wardah Cosmetics	67
B. Hasil Penelitian.....	69
1. Karakteristik Responden	69
2. Uji Instrumen Penelitian	73
3. Distribusi Frekuensi Variabel.....	78
4. Uji Asumsi Klasik	83
5. Uji Regresi Linear Berganda	88
6. Uji Hipotesis	89
C. Pembahasan.....	93
1. Pengaruh Iklan Islami Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah	93
2. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah	95

3. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah	96
4. Pengaruh Iklan Islami, Labelisasi Halal, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah.....	98
BAB V PENUTUP	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	112



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	55
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Tahun Angkatan	70
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Tahun Angkatan	71
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pengalaman menggunakan produk Wardah	72
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Iklan Islami (X1).....	73
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Labelisasi Halal (X2)	74
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Word of Mouth (X3).....	75
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas	77
Tabel 4.9 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Iklan Islami (X1).....	78
Tabel 4.10 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Labelisasi Halal (X2)	79
Tabel 4.11 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Word of Mouth (X3)	81
Tabel 4.12 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	82
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	84
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	86
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	87
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	88
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial	90
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial	92
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	93

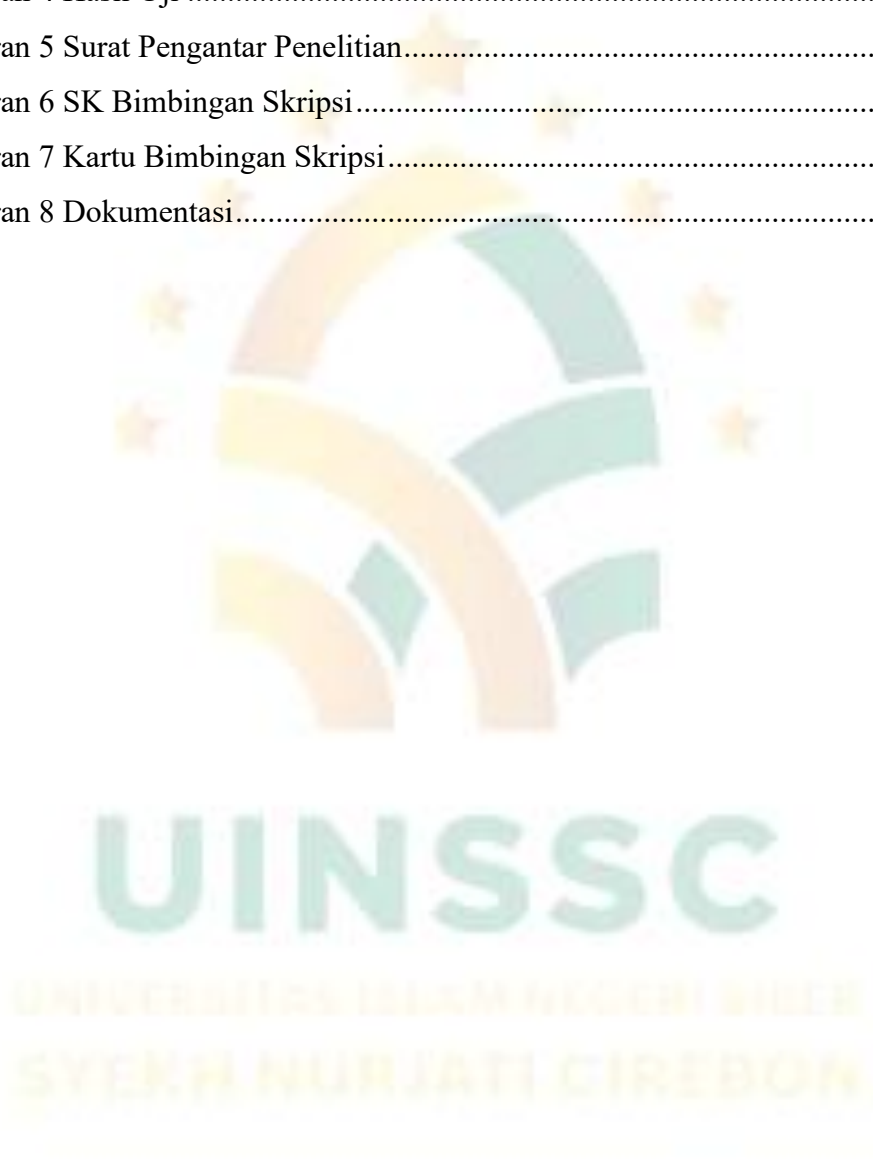
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik top brand kosmetik	2
Gambar 1.2 Grafik top 10 Indonesia beauty brand.....	3
Gambar 1.3 Hasil Pra-survei Variabel Iklan Islami	7
Gambar 1.4 Hasil Pra-survei Variabel Labelisasi Halal	7
Gambar 1.5 Hasil Pra-survei Variabel Word of mouth	8
Gambar 1.6 Hasil Pra-survei Variabel Iklan Islami, Labelisasi Halal dan Word of mouth	9
Gambar 2.1 Label halal pada kemasan produk	28
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	47
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	67
Gambar 4.2 Produk Wardah.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi Responden.....	116
Lampiran 3 Hasil Rekapitulasi Interval Responden	132
Lampiran 4 Hasil Uji	147
Lampiran 5 Surat Pengantar Penelitian.....	155
Lampiran 6 SK Bimbingan Skripsi.....	156
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi.....	157
Lampiran 8 Dokumentasi.....	158



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam Skripsi ini berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 tahun 1987 dan No. 0543b/u/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es

ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a

ك	Kasrah	i	i
ـ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliternya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي...َ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
و...َ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ = kataba
- فَعَلَ = fa'ala
- سئِلَ = suila
- كَيْفَ = kaifa
- حَوْلَ = haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...َ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ي.....	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...ُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ = qāla
- رَمَى = ramā
- قِيلَ = qīla
- يَقُولُ = yaqūlu

D. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ = raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ = al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul
munawwarah
- طَلْحَةَ = talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu لا. Namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Huruf-huruf syamsiyah ada empat belas, yaitu:

1.	ت	T	8.	ش	Sy
2.	ث	Ś	9.	ص	Ş
3.	د	D	10.	ض	Đ
4.	ذ	Ž	11.	ط	Ṭ
5.	ر	R	12.	ظ	Ẓ
6.	ز	Z	13.	ل	L
7.	س	S	14.	ن	N

Contoh:

الدَّهْرُ = *ad-dahru*

الشَّمْسُ = *asy-syamsu*

الْأَمَلُ = *an-namlu*

الْأَمَلُ = *al-lailu*

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai juga dengan bunyinya.

Huruf-huruf *qamariyah* ada empat belas, yaitu:

1.	ا	a, i, u	8.	ف	F
2.	ب	B	9.	ق	Q
3.	ج	J	10.	ك	K
4.	ح	h	11.	م	M
5.	خ	Kh	12.	و	W
6.	ع	-"	13.	ه	H
7.	غ	G	14.	ي	Y

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai *apostrof*. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

- تَأْخُذُ = *ta'khuẓu*
- شَيْئٌ = *syai'un*
- النَّوْءُ = *an-nau'u*
- إِنَّ = *inna*

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ = Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا = Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Penulisan Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti berlaku dalam Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan, antara lain huruf kapital digunakan untuk menulis huruf awal nama diri dan penulisan kalimat. Apabila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ = Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ = Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ = Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا = Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid. Untuk itu pada Musyarakah Kerja Ulama Al-Qur`an tahun 1987/1988 dan tahun 1988/1989 telah dirumuskan konsep

pedoman praktis tajwid Al-Qurʿan ini sebagai pelengkap Transliterasi Arab Latin.

