BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Kosmetik Wardah

Wardah adalah salah satu produk PT. Paragon *Technology and Innovation* yang pada awalnya bernama PT. Pusaka Tradisi Ibu yang didirikan oleh pasangan suami istri Drs. H. Subakat Hadi, M.Sc. dan Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. pada tanggal 28 Februari 1985[1].

Produk yang pertama kali di produksi oleh perusahaan adalah produk perawatan rambut. Pada tahun 1987, perusahaan ini memproduksi produk perawatan rambut dengan merek Ega yang lingkup pemasarannya adalah salon-salon. Kemudian lahirlah produk Putri yang sampai sekarang masih diproduksi. Pada tahun 1985-1990, PTI mengalami perkembangan yang cukup pesat. Produknya mulai menyebar dan bersaing dengan produk-produk lama yang telah eksis. Seiring dengan perkembangan perusahaan, pada Desember 1990, PTI mendirikan pabrik produksi di Kawasan Industri Cibodas Tangerang. Dengan didirikannya pabrik baru ini diharapkan bisa meningkatkan kapasitas produksi[2]

Pada tahun 1999-2003 penjualan merk Wardah pada masa tersebut melonjak pesat. Pabrik lain di Kawasan Industri Jatake Tangerang

[1]Asih Rahmawati, *PT. Paragon Technology And Innovation (Wardah Cosmetics)*, http://asihrahmawati1025.blogspot.com/2013/02/pt-paragon-technology-andinnovation_2575.html , diakses pada 20 Juni 2016.

[2] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

didirikan dan mulai beroperasi pada tahun 2001. PTI mulai memodernisasi perusahaan pada tahun 2002-2003. Perusahaan ini mulai masuk ke pasar umum yang memerlukan perubahan dari segi internal. Selain itu juga melalui program promosi dan membina tim promosi[3].

Pada tahun 2005, PT. Pusaka Tradisi Ibusudah menerapkan *Good Manufacturing Practice* (*GMP*) dan Cara Pembuatan Kosmetika Yang Baik (CPKB). Sampai sekarang, di Indonesia baru 80 pabrik dari keseluruhan 760 pabrik yang sudah menerapkan CPKB[4].

Penjualan kosmetik Wardah mengincar segmentasi pasar kelas menengah. Terhitung hingga tahun 2014, Wardah telah mendapatkan beberapa penghargaan seperti Indonesia Original Brand tahun 2011dan 2012 versi majalah SWA, Top Brand 2012-2014 dan ICSA, dari berbagai penghargaan yang didapatkan membuktikan bahwa khalayak sudah sadar terhadap brand Wardah.

Wardah sendiri memiliki 3 prinsip yaitu :[5]

a. Pure and Safe

Produk dari kosmetik Wardah dibuat dengan menggunakan bahan-bahan premium alami, halal dan aman. Dalam proses pembuatannya kosmetik Wardah mengkombinasikan teknologi canggih, *international dermatologist* dengan standar formula serta menggunakan bahan-bahan

[3] Asih Rahmawati, http://asihrahmawati1025.blogspot.com/2013/02/pt-paragon-technology-andinnovation_2575.html , diakses pada 20 Juni 2016.

[4]Tri Ajeng Wahyuningsih, http://triajengwahyuningsih.wordpress.com/2015/05/06/, diakses pada 20 Juni 2016.

[5] *Wardah*, artikel ini diakses http://wardahbeauty.com/idn/about/story pada tanggal 20 Juni 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

premium. Setiap proses pembuatan produk, kosmetik Wardah diawasi oleh apoteker yang berpengalaman dan dokter kulit. Sebelum meluncurkan produknya, Wardah melakukan tes buta untuk menjamin keamanan suatu produk saat sampai di tangan konsumen.

b. Beauty Expert

Persepsi masyarakat tentang Wardah sebagai kosmetik untuk wanita muslim saja sekarang telah berubah. Selama bertahun-tahun bukan hanya orang-orang muslim saja yang telah memilih produk kosmetik dari Wardah, tetapi orang-orang non muslim juga menggunakannya. Sehingga itu dapat membuktikan bahwa Wardah adalah sebuah produk kosmetik yang selalu berkreasi dan tetap kreatif.

c. Inspiring Beauty

Sejak tahun 1995 Wardah selalu percaya bahwa keindahan yang menginspirasi. Wanita Indonesia dapat mengikuti dinamika dunia tapi wanita Indonesia tidak pernah melupakan adat ketimuran negaranya. Karena dengan kecantikan dia dapat mencintai diri sendiri, sebanyak dan sedalam dia mencintai orang-orang di sekelilingnya. Menjadi cantik itu mudah, tetapi keindahan inspirasi datang dari hati. Oleh karena itu, Wardah tidak pernah berhenti menyertai wanita Indonesia.

Produk Wardah sendiri tersedia dalam beberapa rangkaian diantaranya :[6]

[6]Mahdalela, Rangkaian Produk Wardah Kosmetik, http://mahdalela.blogspot.co.id// , diakses pada 20 Juni 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) *Basic Series for Skin Care*

   Rangkaian ini terdiri dari beberapa produk diantaranya *facial wash, cleanser, intan remover, hydrating toner, sunscreen gel spf 30, moisturizer cream, moisturizer gel, intensive night cream, peeling cream, facial scrub, facial mask.*

2) *Lightening Series/White Series*

   Rangkaian ini terdiri dari beberapa produk diantaranya *lightening facial scrub, lightening facial wash, lightening milk cleanser, lightening face toner, lightening face mask, lightening body lotion,* dan lain-lain.

3) *Acne Series*

   Beberapa produk dari *acne series* diantaranya adalah *acne cleansing gel, acne gentle scrub, pore lightening toner, acne perfecting moisturizer gel, acne treatment gel.*

4) *Make Up Dekoratif*

   Make up dekoratif terdiri dari beberapa produk diantaranya *compact powder, two way cake, eye shadow, eye brow pencil, blush on, eye liner, lipgloss, exclusive lipstick* dan lain sebagainya.

5) Paket Haji dan Umroh

   Pada paket ini terdapat beberapa varian produk diantaranya adalah *sunscreen gel-spf 30, head to toe cleanser, relaxing therapy, pure olive oil, intensive moisturizer ream, all day protection, moist plust* dan pasta gigi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6) *Make Up Kit*

Terdiri dari 2 produk yaitu *make up kit special edition* dan *make up kit professional.*

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi perusahaan yang bermanfaat bagi masyarakat dan terus berkembang di berbagai bidang dengan menjadikan hari ini lebih baik dari hari kemarin dan dapat memajukan perekonomian masyarakat[7].

b. Misi

1) Mengembangkan karyawan yang kompeten dengan menciptakan lingkungan kerja yang baik untuk mendukung tercapainya kepuasan pelanggan.
2) Secara berkesinambungan menyediakan produk dan jasa yang berkualitas tinggi serta memenuhi kebutuhan pelanggan melalui program pemasaran yang baik.
3) Mengembangkan operasi perusahaan yang sehat dalam segala aspek.
4) Terus berinovasi, menguasai ilmu, menerapkan teknologi baru, dan berinovasi demi kepuasan pelanggan.
5) Mengembangkan berbagai unit usaha secara lateral[8].

---

[7] Asih Rahmawati, *PT. Paragon Technology And Innovation (Wardah Cosmetics)*, http://asihrahmawati1025.blogspot.com/2013/02/pt-paragon-technology-andinnovation_2575.html , diakses pada 20 Juni 2016.

[8] *Ibid*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

Yayasan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah merupakan salah satu pondok pesantren yang berada di Surabaya, tepatnya di Wonocolo Utara Gang V No. 18, yang diasuh oleh Ibu Nyai Hj. Ainur Rohmah. Pondok pesantren An-Nuriyah ini dihuni oleh 257 santriwati. Mayoritas santriwati An-Nuriyah adalah mahasiswi yang terbagi menjadi lima kelompok sesuai dengan angkatannya, yaitu sebagai berikut:[9]

a) Kelompok PBA 15 (Putri Bunda Ainur 15) yang terdiri dari 75 santriwati angkatan 2015.
b) Kelompok PBA 14 (Putri Bunda Ainur 14) yang terdiri dari 64 santriwati angkatan 2014.
c) Kelompok SYIWALI (Syifaul Warahmatun Lil Mukminin) yang terdiri dari 65 santriwati angkatan 2013.
d) Kelompok MELATI (Menawan Lan Nyenengno Ati) yang terdiri dari 38 santriwati angkatan 2012.
e) Kelompok WARTANTA (MAWAR, INTAN dan PERMATA) yang terdiri dari 15 santriwati gabungan dari sisa kelompok MAWAR (2011), INTAN (2010), dan PERMATA (2009) yang melanjutkan kuliah S2.

Dalam penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah santriwati An-Nuriyah yang menggunakan produk kosmetik Wardah.

[9] Arsip Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah, *Penerimaan Santriwati 2016*, (Surabaya, 2016).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karena penghuninya mayoritas adalah perempuan maka peneliti mengambil penelitian di tempat ini. Tidak hanya itu, Wardah sebagai kosmetik halal sangat sesuai dengan karakteristik pondok pesantren yang menjunjung tinggi nilai keislaman dalam kehidupan sehari-harinya. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 72 responden.

Berikut adalah karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, frekuensi pembelian dan produk yang dipilih.

a. Jenis Kelamin Responden

Karena obyek penelitian yang diteliti adalah kosmetik wanita dan lokasi penelitiannya juga merupakan pondok pesantren putri, maka responden pada penelitian ini 100% adalah perempuan/wanita.

b. Usia Responden

Tabel 4.1

Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
Usia 15-20 tahun	43	59,72%
Usia 21-25 tahun	29	40,28%
Jumlah	**72**	**100 %**

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa dari 72 orang responden, terdapat 43 perempuan atau 59,72% berusia sekitar 15-20 tahun yang mayoritas adalah mahasiswi semester 2, 4 dan 6. Sedangkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

responden yang berusia antara 21-25 tahun hanya 29 perempuan atau 40,28%.

c. Frekuensi Membeli Kosmetik Wardah Selama 2 bulan terakhir

Tabel 4.2

Frekuensi Membeli Kosmetik Wardah Selama 2 Bulan Terakhir

Frekuensi Pembelian	Jumlah (orang)	Persentase
1 kali	49	68,05%
2 kali	20	27,78%
Tidak menyebutkan	3	4,17%
Jumlah	**72**	**100%**

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa dari 72 responden, 49 orang atau 68,05% telah membeli produk kosmetik Wardah sebanyak 1 kali selama dua bulan terakhir. Sedangkan 20 orang atau 27, 78% telah membeli produk kosmetik Wardah sebanyak 2 kali selama 2 bulan terakhir. Dan sisanya yaitu 3 orang tidak menyebutkan.

d. Produk yang dipilih

Mayoritas responden memilih menggunakan bedak sekitar 40 orang selanjutnya responden memilih lipstick dan pelembab sebanyak 25 orang dan menggunakan parfume, eyeliner, maskara sebanyak 7 orang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Karakteristik Jawaban Responden

a. Kualitas Produk

Dalam variabel kualitas produk, peneliti memberikan 8 pernyataan yang akan direspon oleh responden. Berikut adalah tabel pernyataan tersebut beserta jumlah respon dari responden.

Tabel 4.3

Kualitas Produk

Item Pernyataan	Jumlah orang yang merespon dengan					Jumlah (orang)
	SS	S	RR	TS	STS	
1. Saya memilih Wardah karena nyaman saat dipakai	19	46	4	3	0	72
2. Kosmetik Wardah merupakan kosmetik yang berkualitas	19	49	4	0	0	72
3. Penggunaan kosmetik Wardah sangat mudah	11	55	4	2	0	72
4. Saya memilih Wardah karena tidak mudah luntur jika digunakan	7	40	22	3	0	72
5. Saya memilih Wardah karena dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama	11	40	17	4	0	72
6. Kosmetik Wardah tidak menimbulkan masalah pada kulit saya	11	38	12	11	0	72
7. Kosmetik Wardah dapat digunakan oleh semua generasi	5	33	20	13	1	72
8. Saya memilih Wardah karena cocok untuk semua jenis kulit, khususnya kulit saya	8	33	21	10	0	72

Sumber : Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 72 responden banyak yang memilih/merespon **Kosmetik Wardah merupakan kosmetik**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang berkualitas, yaitu 19 responden menjawab sangat setuju dan 49 responden menjawab setuju dan 4 responden yang menjawab ragu-ragu dan tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

b. Harga

Dalam variabel harga, peneliti memberikan 4 pernyataan yang akan direspon oleh responden. Berikut adalah tabel pernyataan beserta jumlah respon dari responden.

Tabel 4.4

Harga

Item Pernyataan	Jumlah orang yang merespon dengan					Jumlah (orang)
	SS	S	RR	TS	STS	
1. Kualitas kosmetik Wardah sesuai dengan standar	8	50	11	3	0	72
2. Harga kosmetik Wardah sesuai dengan kualitas dan manfaatnya	10	52	9	1	0	72
3. Kosmetik Wardah adalah kosmetik dengan harga yang terjangkau	2	46	15	8	1	72
4. Lebih hemat untuk pembelian 1 paket produk Wardah	17	35	14	5	1	72

Sumber : Data primer diolah

Dari data diatas dapat dilihat, yaitu dari 72 responden banyak yang memilih/merespon **Lebih hemat untuk pembelian 1 paket produk Wardah,** yaitu 17 responden menjawab sangat setuju, 35 responden menjawab setuju dan 14 responden yang menjawab ragu-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ragu, 5 responden yang menjawab tidak setuju dan 1 yang menjawab sangat tidak setuju.

c. Label Halal

Dalam variabel label halal, peneliti memberikan 3 pernyataan yang akan direspon oleh responden. Berikut adalah tabel pernyataan beserta jumlah respon dari responden.

Tabel 4.5

Label Halal

Item Pernyataan	Jumlah orang yang merespon dengan					Jumlah (orang)
	SS	S	RR	TS	STS	
1. Wardah merupakan kosmetik wanita yang telah mendapatkan sertifikat halal dari MUI	25	44	2	1	0	72
2. Semua kemasan produk kosmetik Wardah terdapat label halal	28	40	4	0	0	72
3. Adanya label halal pada kosmetik Wardah menghapus keraguan saya untuk menggunakan/memakai kosmetik Wardah	25	34	9	4	0	72

Sumber : Data Primer diolah

Dari data diatas dapat dilihat, yaitu dari 72 responden banyak yang memilih/merespon **Semua kemasan produk kosmetik Wardah terdapat label halal,** yaitu 28 responden menjawab sangat setuju, 40 responden menjawab setuju dan 4 responden yang menjawab ragu-ragu, tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Kepuasan Konsumen

Dalam variabel kepuasan konsumen, peneliti memberikan 5 pernyataan yang akan direspon oleh responden. Berikut adalah tabel pernyataan tersebut.

Tabel 4.6

Kepuasan Konsumen

Item Pernyataan	Jumlah orang yang merespon dengan					Jumlah (orang)
	SS	S	RR	TS	STS	
1. Saya puas menggunakan produk Wardah karena membuat saya tampil lebih percaya diri	8	53	6	5	0	72
2. Saya lebih memilih produk Wardah dibanding produk lain	10	32	18	12	0	72
3. Produk dan kemasan kosmetik Wardah menarik	8	52	10	2	0	72
4. Wardah memiliki kualitas keamanan yang unggul	10	38	21	3	0	72
5. Saya merekomendasikan kosmetik Wardah kepada teman dan keluarga	9	32	22	9	0	72

Sumber : Data Primer diolah

Dari data diatas dapat dilihat, yaitu dari 72 responden banyak yang memilih/merespon **Wardah memiliki kualitas keamanan yang unggul,** yaitu sebanyak 10 responden menjawab sangat setuju, 38 responden menjawab setuju dan 21 responden yang menjawab ragu-ragu, 3 responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Validitas Instrumen

Dalam penelitian ini, pengujian validitas instrumen menggunakan korelasi *Bivariate Pearson.* Yaitu dengan cara membandingkan r hitung dan r tabel. Instrumen dikatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka instrumen tersebut harus diganti atau diperbaiki. Berikut adalah *output* SPSS tentang uji validitas yang telah diolah. *Output* SPSS secara utuh bisa dilihat di lampiran.

a. Variabel kualitas produk

Dalam variabel kualitas produk, terdapat 8 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validasi kedelapan item pernyataan tersebut.

Tabel 4.7

Hasil Validasi Instrumen Kualitas Produk

No.Item	Hasil Korelasi (r hitung)	r tabel (n=72)	Keterangan
1	0,678	0,229	Valid
2	0,599	0,229	Valid
3	0,489	0,229	Valid
4	0,536	0,229	Valid
5	0,547	0,229	Valid
6	0,743	0,229	Valid
7	0,687	0,229	Valid
8	0,778	0,229	Valid

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Dalam tabel 4.7 diatas, didapatkan nilai r hitung item-item pernyataan variabel kualitas produk sebesar 0.678, 0.599, 0.489, 0.536, 0.547, 0.743, 0.687, 0.778. Sedangkan nilai r tabel untuk n sebanyak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

100 adalah 0.229. Jadi, seluruh nilai r hitung tersebut lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam variabel kualitas produk valid.

b. Variabel Harga

Untuk variabel harga, terdapat 4 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validasi keempat item pernyataan tersebut.

Tabel 4.8

Hasil Validasi Instrumen Harga

No.Item	Hasil Korelasi (r hitung)	r tabel (n=72)	Keterangan
1	0,615	0,229	Valid
2	0,686	0,229	Valid
3	0,772	0,229	Valid
4	0,659	0,229	Valid

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Dalam tabel 4.8 diatas, didapatkan nilai r hitung masing-masing item pernyataan dalam variabel harga yaitu 0.615, 0.686, 0.772, 0.659. Sedangkan r hitung tersebut lebih besar dari nilai r tabel yaitu n sebanyak 72 adalah 0.229. Jadi, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan tersebut valid dan layak untuk digunakan.

c. Variabel Label Halal

Untuk variabel label halal, terdapat 3 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validasi ketiga item pernyataan tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.9

Hasil Validasi Instrumen Label Halal

No.Item	Hasil Korelasi (r hitung)	r tabel (n=72)	Keterangan
1	0,804	0,229	Valid
2	0,887	0,229	Valid
3	0,856	0,229	Valid

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Dalam tabel tersebut didapatkan nilai r hitung item-item pernyataan variabel kualitas produk sebesar 0.804, 0.887, 0.856. Sedangkan nilai r tabel sebesar 0.229. Jadi, seluruh nilai r hitung tersebut lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam variabel label halal itu valid.

d. Variabel Kepuasan Konsumen

Untuk variabel kepuasan konsumen, terdapat 5 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validasi kelima item pernyataan tersebut.

Tabel 4.10

Hasil Validasi Instrumen Kepuasan Konsumen

No.Item	Hasil Korelasi (r hitung)	r tabel (n=72)	Keterangan
1	0,731	0,229	Valid
2	0,833	0,229	Valid
3	0,633	0,229	Valid
4	0,816	0,229	Valid
5	0,825	0,229	Valid

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam tabel 4.10 diatas, didapatkan nilai r hitung item-item pernyataan variabel kualitas produk sebesar 0.731, 0.833, 0.633, 0.816, 0.825. Sedangkan nilai r tabel untuk n sebanyak 72 adalah 0.229. Jadi, seluruh nilai r hitung tersebut lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam variabel kepuasan konsumen valid dan layak digunakan.

4. Reabilitas Instrumen

Pengujian reabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melihat nilai alpha dalam koefisien korelasi keandalan Alpha. Yaitu dengan membandingkan nilai alpha dengan r kritis produk momen. Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai alpha lebih besar dari r kritis produk momen (untuk n sebanyak 72 adalah 0.229). Berikut adalah daftar nilai cronbach's alpha dalam penelitian ini yang telah diolah. Untuk lebih lengkapnya, tabel Reability Statistics bisa dilihat di lampiran.

Tabel 4.11

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	r tabel (n=72)	Keterangan
Kualitas Produk	0,756	0,229	Reliabel
Harga	0,766	0,229	Reliabel
Label Halal	0,841	0,229	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,798	0,229	Reliabel

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Setelah melakukan uji reabilitas menggunakan SPSS 2.1, didapatkan nilai cronbach's alpha masing-masing variabel. Jika dibandingkan dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

r tabel (r kritis produk momen) untuk n sebanyak 72 (0,229), seluruh variabel memiliki nilai cronbach's alpha yang lebih besar. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dari variabel-variabel dalam penelitian ini bersifat reliabel.

5. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi dengan normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan One-Sample Kolmogrov-Smirnov test. Berikut adalah hasil pengujian One-Sample Kolmogrov-Smirnov dengan menggunakan SPSS 21.

Tabel 4.12

Hasil One Sample Kolmogrov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.08868456
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.043
	Negative	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		.718
Asymp. Sig. (2-tailed)		.682

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil uji *One-Sample Kolmogrov-Smirnov test* diatas diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.682. karena nilai 0.682 lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

6. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala multikolinieritas. Berikut adalah hasil hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini, yaitu dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* pada model regresi.

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinierity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Produk	0,651	1,536	Tidak terjadi multikolinieritas
Harga	0,655	1,527	Tidak terjadi multikolinieritas
Label Halal	0,633	1,581	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Syarat tidak terjadi gejala multikolinieritas adalah VIF < 10 dan Tolerance > 0.10. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa semua nilai Tolerance dalam penelitian ini lebih besar dari 0.10. Begitu juga dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

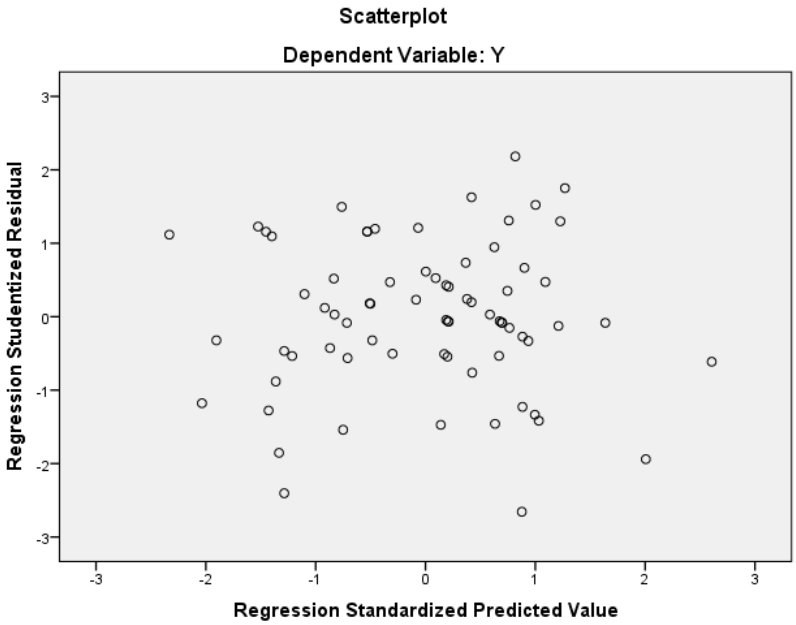
nilai VIF, semuanya kurang dari 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik scatter plot.

Gambar 4.1

Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Dari grafik scatterplot di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu tempat. Hal ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengindikasikan bahwa pada data penelitian ini tidak terjadi problem heteroskedastisitas atau memenuhi asumsi klasik heteroskedastisitas.

7. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik analisis regresi yang digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel independen. Persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut :

$$\gamma = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \cdots\cdots + \beta nXn + \varepsilon$$

Keterangan :

γ = Variabel dependen

X = Variabel independen

α = Konstanta atau Intercept

ε = Error

β = Koefisien variabel Independen

Berikut adalah tabel *coefficients* yang digunakan untuk merumuskan persamaan regresi, yaitu :

Tabel 4.14

Hasil analisis regresi linier berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.237	2.387		-.099	.921
	Kualitas Produk	.441	.082	.567	5.379	.000
	Harga	.189	.157	.127	1.204	.233
	Label Halal	.202	.187	.116	1.082	.283

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari tabel tersebut dapat dirumuskan persamaan regresi dari penelitian ini, yaitu :

$$Y = -0.237 + 0.441X_1 + 0.189X_2 + 0.202X_3$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,441 artinya jika variabel independen lain nilainya konstan dan kualitas produk mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan senilai 0,441. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen, semakin naik kualitas produk semakin meningkat pula kepuasan konsumen.
2) Koefisien regresi varibel Harga (X_2) sebesar artinya 0,189 artinya jika variabel independen lain nilainya konstan dan harga mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan senilai 0,189. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan kepuasan konsumen, semakin naik harga semakin meningkat kepuasan konsumen.
3) Koefisien regresi variabel Label Halal (X_3) sebesar 0,202 artinya jika variabel independen lain nilainya konstan dan label halal mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan senilai 0,202. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara label halal dengan kepuasan konsumen, semakin naik label halal semakin meningkat kepuasan konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Analisis Korelasi Ganda

Analisis korelasi ganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Hubungan tersebut bisa dilihat dari besarnya nilai R. Sugiyono memberikan pedoman interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :[10]

0,00 – 0,199 = sangat rendah

0,20 – 0, 399 = rendah

0,40 – 0, 599 = sedang

0,60 – 0, 799 = kuat

0,80 – 1,000 = sangat kuat

Tabel 4.15

Hasil Analisis Korelasi Ganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713[a]	.508	.486	2.134

a. Predictors: (Constant), Label Halal, Harga, Kualitas Produk

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R sebesar 0,713. Mengacu pada pedoman interpretasi nilai R oleh Sugiyono diatas, dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel independen dan dependen secara serentak.

[10] Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, h.78

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Analisis Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Caranya yaitu dengan melihat nilai *adjusted R Square* pada tabel 4.15 diatas.

Dari *output* **Model Summary** di atas didapatkan nilai *adjusted R Square* sebesar 0,486. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 48,6%. Sedangkan sisanya sebesar 51,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji F disebut juga dengan uji ANOVA, yaitu *Analysist of Variance.* Uji ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang menjelaskan ada pengaruh yang signifikan secara simultan dari kualitas produk, harga dan label halal terhadap kepuasan konsumen kosmetika Wardah di YPPP. An-Nuriyah Surabaya. Hasil untuk uji F sebagai berikut, yaitu :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.16

Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319.533	3	106.511	23.383	.000[b]
	Residual	309.745	68	4.555		
	Total	629.278	71			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Label Halal, Harga, Kualitas Produk

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

Tahap-tahap untuk melakukan uji F adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

H_a = ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga dan label halal secara simultan terhadap kepuasan konsumen kosmetika Wardah di YPPP.An-Nuriyah Surabaya.

H_0 = tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga dan label halal secara simultan terhadap kepuasan konsumen kosmetika Wardah di YPPP.An-Nuriyah Surabaya.

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan a=5% (signifikansi 5 % atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

3) Menentukan F hitung

Berdasarkan tabel 4.16 **ANOVA[a]** di atas, diperoleh F hitung sebesar 23,383.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Menentukan F tabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95 %, a = 5%, df-1 (jumlah variabel-1) = 4-1=3, dan df 3 (n-k-1) atau 72-3-1 = 68 (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen), hasil yang diperoleh untuk F tabel sebesar 2,739 ((pada cell kosong Ms.Excel mengetikkan =finv(0.05,3,92)).

5) Kriteria pengujian

- H_0 diterima bila F hitung < F tabel
- H_0 ditolak bila F hitung ≥ F tabel

6) Membandingkan F hitung dengan F tabel

Nilai F hitung lebih besar dari F tabel (23,383 > 2,739), maka H_0 ditolak.

Kesimpulan untuk uji F :

Karena F hitung lebih besar dari F tabel (23,383 > 2,739), maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk, harga dan label halal secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen kosmetika Wardah di YPPP.An-Nuriyah Surabaya.

2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis yang menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh secara parsial dari kualitas produk, harga dan label halal terhadap kepuasan konsumen kosmetika Wardah di YPPP. An-Nuriyah Surabaya. Hasil untuk uji t sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.17

Hasil Uji t

Variabel	T	T tabel
Kualitas Produk	5,379	1,995
Harga	1,204	1,995
Label Halal	1,082	1,995

Sumber : Hasil output SPSS data primer yang telah diolah

a. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk

1) Menentukan hipotesis

Ha = Secara parsial ada pengaruh signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen.

H_0 = Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen.

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan a=5%

3) Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel 4.14 **Coefficients**[a] diatas, diperoleh t hitung sebesar 5,379.

4) Menentukan t tabel

Table distribusi t dicari pada a = 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-k-1 atau 72-3-1 = 68. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi=0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,995 dengan cara memasukkan formula =tinv(0.05,68) pada sel kosong di Ms. Excel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Kriteria pengujian

H_0 ditolak jika –t hitung < -tabel atau t hitung > t tabel

6) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung > t tabel (5,379 > 1,995) maka H_0 ditolak

Kesimpulan untuk Uji t variabel kualitas produk :

Karena nilai t hitung > t tabel (5,379 > 1,995) maka H_0 ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Jadi, dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kosmetika Wardah di YPPP. An-Nuriyah Surabaya.

b. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Harga

1) Menentukan hipotesis

Ha = Secara parsial ada pengaruh signifikan antara harga dengan kepuasan konsumen.

H_0 = Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara harga dengan kepuasan konsumen.

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan a=5%

3) Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel 4.14 **Coefficients**[a] diatas, diperoleh t hitung sebesar 1,204.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada a = 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-k-1 atau 72-3-1 = 68. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi=0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,995 dengan cara memasukkan formula =tinv(0.05,68) pada sel kosong di Ms. Excel.

5) Kriteria pengujian

H_0 ditolak jika –t hitung < -tabel atau t hitung > t tabel

6) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung < t tabel (1,204 < 1,995) maka H_0 diterima.

Kesimpulan untuk Uji t variabel harga :

Karena nilai t hitung < t tabel (1,204 < 1,995) maka H_0 diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara harga dengan kepuasan konsumen. Jadi, dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kosmetika Wardah di YPPP. An-Nuriyah Surabaya.

c. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Label Halal

1) Menentukan hipotesis

Ha = Secara parsial ada pengaruh signifikan antara label halal dengan kepuasan konsumen.

H_0 = Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara label halal dengan kepuasan konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan a=5%

3) Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel 4.14 **Coefficients**[a] diatas, diperoleh t hitung sebesar 1,082.

4) Menentukan t tabel

Table distribusi t dicari pada a = 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-k-1 atau 72-3-1 = 68. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi=0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,995 dengan cara memasukkan formula =tinv(0.05,68) pada sel kosong di Ms. Excel.

5) Kriteria pengujian

H_0 ditolak jika –t hitung < -tabel atau t hitung > t tabel

6) Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung < t tabel (1,082 < 1,995) maka H_0 diterima.

Kesimpulan untuk Uji t variabel label halal :

Karena nilai t hitung < t tabel (1,082 < 1,995) maka H_0 diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara label halal dengan kepuasan konsumen. Jadi, dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial label halal tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kosmetika Wardah di YPPP. An-Nuriyah Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

Setelah melakukan proses analisa tersebut, didapatkan hasil yaitu variabel kualitas produk, harga dan label halal berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen kosmetika Wardah di YPPP. An-Nuriyah Surabaya. Ini berarti bahwa konsumen kosmetika Wardah di YPPP.An-Nuriyah Surabaya melihat kualitas produk, harga dan label halal terlebih dahulu untuk membeli produk Wardah agar dapat memberikan kepuasan kepada mereka setelah menggunakan produk tersebut.

Besarnya sumbangan pengaruh kualitas produk, harga dan label halal terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini sebesar 48,6%. Sedangkan sisanya sebesar 51,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Peneliti mengasumsikan bahwa faktor lain tersebut bisa berasal dari faktor advertising (periklanan) dan pelayanan. Dengan adanya periklanan, mungkin saja konsumen akan tertarik dengan produk tersebut karena bintang iklannya. Dan dari faktor pelayanan Wardah, mungkin saja oleh konsumennya dianggap lebih baik dari produk lain. Namun yang dikaji secara khusus dalam penelitian ini hanyalah faktor kualitas produk, harga dan label halal saja.

Secara parsial, tidak semua variabel berpengaruh secara signifikan. Hanya ada satu variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu kualitas produk (nilai t 5,379). Sedangkan harga (nilai t 1,204) dan label halal (nilai t 1,082) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Ini berarti ada satu hal yang dimenangkan oleh Wardah dihati konsumennya. Tinggal bagaimana

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Wardah mau dan mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan kepercayaan konsumen akan kualitas produk tersebut. Meskipun variabel yang lain tidak berpengaruh secara signifikan, namun tetap bernilai positif (harga dan label halal), setidaknya menjadi tugas lanjutan bagi Wardah untuk semakin meningkatkannya. Variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan bisa dikarenakan konsumen kosmetik Wardah tidak melihat produk tersebut dari harga maupun label halal yang tertera di suatu produk. Namun konsumen hanya melihat mutu atau kualitas dari produk tersebut.

Dari hasil penelitian diatas, seorang muslim yang menggunakan suatu produk benar-benar memperhatikan mutu atau kualitas suatu produk, didalam Islam tidak diperbolehkan adanya unsur kecurangan dan penipuan dalam menjual suatu produk. Begitu pula dengan harga dan label halal, Islam tidak pernah memberi batasan penentuan/pematokan harga dan seorang muslim akan lebih tenang, merasa dilindungi dan tidak takut dalam mengkonsumsi suatu produk dengan tercantumnya label halal.

Dari persamaan regresi linier berganda diatas, ada tiga faktor yang melandasi kepuasan konsumen kosmetika Wardah di YPPP. An-Nuriyah Surabaya. Ketiga faktor tersebut bernilai positif yaitu kualitas produk, harga dan label halal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id