

The Effect Of Halal Labeling On The Decision To Purchase Toothpaste Products For Unissula Students

Khofifah Amalia*, Musri Amurwaningsih**, Tahta Danifatis Sunnah***

* Pendidikan Dokter Gigi Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

** Departemen Oral Public Health Kedokteran Gigi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

*** Departemen Prosthodontics Kedokteran Gigi Gigi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Correspondence: khofifahamla@std.unissula.ac.id

Received 13 February 2024; Accepted 30 September 2024; Published online 30 September 2024

Keywords:

Halal Labeling; Halal Label; Purchase Decision; Toothpaste

ABSTRACT

Background: Toothpaste is a dental and oral hygiene ingredient that is used every day by the community. The era of modernization has caused toothpaste products to be sold freely in the market. The halal labeling is useful for knowing that toothpaste is halal and safe in accordance with Islamic law. The purpose of this study was to determine the effect of halal labeling on purchasing decisions for toothpaste products for UNISSULA students.

Method: This research is a non-experimental observational analytic study with a quantitative approach. The research subjects were taken using a cluster sampling technique based on the faculties in UNISSULA. The data were analyzed using Spearman correlation analysis and descriptive analysis.

Result: The results of the Spearman correlation test showed a significant difference with $p = 0.00$ ($p < 0.05$) with a strong correlation strength of 0.616 and a positive correlation direction.

Conclusion: Halal labeling influences the decision to buy toothpaste for UNISSULA students with high levels of perception of halal labeling and high and medium halal labeled toothpaste purchasing decisions.

Copyright ©2022 National Research and Innovation Agency. This is an open access article under the CC BY-SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

DOI: <http://dx.doi.org/10.30659/medali.6.2.113-123>

2460-4119 / 2354-5992 ©2024 National Research and Innovation Agency

This is an open access article under the CC BY-SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

How to Cite: Amalia et al. The Effect Of Halal Labeling On The Decision To Purchase Toothpaste Products For Unissula Students. MEDALI Jurnal: Media Dental Intelektual, v.6, n.2, p.113-123, September 2024.

PENDAHULUAN

Perkembangan Zaman yang semakin canggih serta perdagangan bebas tingkat regional, internasional maupun global di Indonesia menyebabkan masyarakat mudah sekali untuk mendapatkan produk yang diinginkan.¹ Perdagangan tersebut menyebabkan negara Indonesia dibanjiri produk-produk impor yang dikhawatirkan mengandung atau terkontaminasi unsur yang haram.² Produk tersebut tentunya perlu menjadi pertimbangan yang lebih khusus bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama islam sebanyak 85%.^{2,3}

Manfaat mengkonsumsi produk halal bagi umat muslim yaitu dapat terhindar dari kerugian batin dan lahir, mengkonsumsi produk dengan kandungan yang dipertanyakan dapat membuat tubuh tidak sehat dan menimbulkan dosa.² Upaya untuk mengetahui produk tersebut halal atau tidak yaitu dengan cara melihat ada atau tidaknya label halal pada kemasan produk.⁴ Pemberian sertifikat dan label halal bertujuan untuk memastikan produk halal, sehingga konsumen merasa tenang saat mengkonsumsinya.⁵ Berdasarkan data sertifikasi LPPOM MUI, tahun 2011-2018 hanya terdapat 9,6% produk yang tersertifikasi halal sedangkan sisanya belum mengantongi sertifikasi tersebut.⁶

Kedokteran gigi merupakan salah satu bidang layanan kesehatan yang terkadang tanpa disadari menggunakan obat dan material yang diharamkan oleh syariat islam.³ Contoh material yang tidak halal yaitu bahan restorasi, bahan profilaksis gigi, bahan cetak yang mengandung gelatin yang berasal dari *porcine* maupun *bovine*. Bahan lain seperti gliserol yang terkandung dalam pasta gigi juga masih diragukan, karena gliserol dapat berasal dari minyak nabati atau lemak hewani yang tidak diketahui halal atau tidak.⁷

Pasta gigi merupakan bahan yang digunakan hampir setiap hari oleh masyarakat untuk

menggosok giginya.⁸ Pasta gigi mengandung gliserol yang dapat bersal dari lemak hewani yang tidak diketahui halal atau tidak.⁷ Pertimbangan akan kehalalan tersebut tentunya perlu dilakukan sebelum melakukan keputusan pembelian.^{9,10}

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses untuk memutuskan apa yang dibeli, dalam hal ini dapat dipengaruhi oleh pencarian informasi.⁴ Semakin banyak pencarian informasi maka semakin yakin dan percaya terhadap produk yang dipilih.¹¹ Pencarian informasi yang dapat dilakukan yaitu dengan cara melihat atribut label halal.² Berdasarkan penelitian terdahulu, labelisasi halal dapat mempengaruhi keputusan pembelian.¹²

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal pada produk pasta gigi terhadap keputusan pembelian produk dengan subjek penelitian yaitu mahasiswa UNISSULA.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik dengan rancangan penelitian *cross sectional*. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa UNISSULA dengan besaran subjek ditentukan oleh rumus *slovin* sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan subjek menggunakan teknik *cluster sampling*. *Cluster* pada penelitian ini di tentukan berdasarkan fakultas yang ada di UNISSULA sebanyak 11 fakultas. Penentuan *cluster sampling* diketahui berdasarkan rumus berikut :

$$f_i = \frac{N_i}{N}$$

Besarnya subjek per *cluster* dengan menggunakan rumus berikut :

$$N_i = f_i \times n$$

Keterangan :

Fi : Sampel pecahan cluster

Ni : Banyaknya individu yang ada dalam cluster

N : Banyaknya populasi seluruhnya

n : Banyaknya anggota yang dimasukkan dalam sampel.

Didapatkan hasil subjek per *cluster*, yaitu :

Tabel 1. Subjek per *cluster*

Fakultas	Populasi	Subjek
FAI	903	5
FIK	1.246	7
FEB	3.526	20
FH	3.414	20
FT	1.759	10
FTI	1.398	8
FKG	692	4
FK	2.119	12
FBIK	832	5
FKIP	750	4
FP	897	5
Jumlah total subjek		100

Subjek yang tidak dipilih dalam penelitian adalah Mahasiswa yang tidak menggunakan pasta gigi sebagai bahan untuk menggosok gigi serta mahasiswa yang menggunakan produk pasta gigi atas anjuran dokter karena dalam masa perawatan atau pengobatan.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner yang mengaji tentang pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian pasta gigi halal yang mengadopsi dari penelitian Rakhi tahun 2019. Sebelum disebarakan kuisisioner terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas yang disebarakan kepada 30 responden. Uji validitas yang digunakan adalah *person produk moment* dan uji reliabilitas menggunakan *alpha Cronbach*.

Kuisisioner tersebut disebarakan melalui undangan tautan aplikasi *whatsapp* oleh peneliti. Kuisisioner tersebut di ukur menggunakan skala *likert*, sebagai berikut :

Tabel 2. Skor Skala *likert*

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5

Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu labelisasi halal yang diukur menggunakan 3 indikator yang terdapat didalam 4 pertanyaan kuisisioner. Data yang didapatkan kemudian dikategorisasikan menjadi rendah sebesar 4-9,32; sedang 9,33-14,65 dan tinggi 14,66-20.

Variabel terikat keputusan pembelian yang diukur menggunakan 5 indikator yang terdapat dalam 8 pertanyaan. Data yang didapatkan kemudian dikategorisasikan menjadi rendah sebesar 8-18,9; sedang 19-29,9 dan tinggi sebesar 30-40.

Analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian pasta gigi yaitu analisis *spearman*. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat persepsi labelisasi halal dan tingkat keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal.

HASIL PENELITIAN

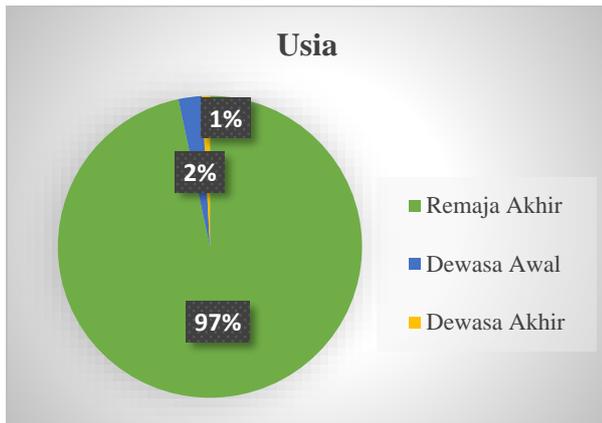
Data penelitian mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi diperoleh dari penyebaran kuisisioner kepada 133 responden. Responden yang bersedia mengikuti penelitian dengan mengisi kuisisioner serta responden yang tidak memenuhi kriteria eksklusi sebanyak 120 responden.

Tabel 3 menunjukkan distribusi jenis kelamin yang didominasi oleh perempuan sebanyak 77 responden (64,16%). Distribusi jenjang pendidikan responden terbanyak yaitu S1 sebanyak 87 responden (72,5%). Distribusi domisili responden terbanyak di kos/kontrakan sebanyak 79 responden (65,8%).

Tabel 3. Distribusi Jenjang Pendidikan, Jenis Kelamin dan Domisili Responden

Jenjang Pendidikan		Jenis Kelamin		Domisili		
		Laki-laki	Perempuan	Asrama/Pondok Pesantren	Kos/Kontrakan	Rumah dengan Orang Tua
D3	5	2	3	0	5	0
S1	87	35	52	3	59	25
Profesi	14	1	13	0	13	1
S2	14	5	9	0	2	12
Jumlah	120	43	77	3	79	38

Gambar 1. Distribusi Umur Responden



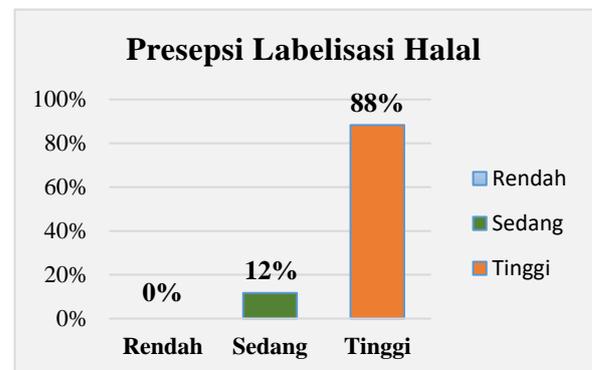
Gambar 1 menunjukkan distribusi usia responden dengan kategori usia berdasarkan Depkes RI 2009, remaja akhir dengan rentang usia 17-25 tahun, dewasa awal dengan rentang usia 26-35 tahun dan dewasa akhir dengan rentang usia 36-45 tahun. Distribusi usia responden penelitian mayoritas berada pada usia remaja akhir dengan rentang usia 18-25 tahun sebanyak 116 responden (97%).

Tabel 4 menunjukkan distribusi suku dan agama responden. Suku terbesar yaitu suku Jawa dengan jumlah 109 responden (90,83%) dengan mayoritas responden beragama Islam sebanyak 107 responden (97,5%).

Tabel 4. Distribusi Suku dan Agama Responden

Suku	Agama		
	Islam	Budha	Katolik
Betawi	1	0	0
Bugis	1	0	0
Dayak	1	0	0
Jawa	107	0	2
Melayu	4	0	0
Muna	1	0	0
Sasak	1	0	0
Sunda	1	0	0
Tionghoa	0	1	0
Total	117	1	2
		120	

Gambar 2. Tingkat Presepsi Responden Terhadap labelisasi halal



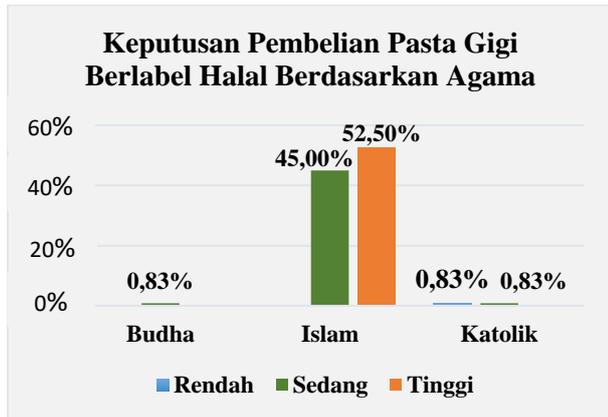
Gambar 2 menunjukkan tingkat persepsi responden terhadap labelisasi halal pada pasta gigi dengan hasil responden memiliki persepsi labelisasi halal yang tinggi sebesar 88%.

Gambar 3 menunjukkan keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal berdasarkan agama responden. Didapatkan agama Islam memiliki tingkat keputusan pembelian yang tinggi sebesar 52,50%.

Gambar 4 menunjukkan tingkat keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal berdasarkan

jenis kelamin. Didapatkan hasil responden berjenis kelamin perempuan memiliki tingkat keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal yang tinggi sebesar 43,30%.

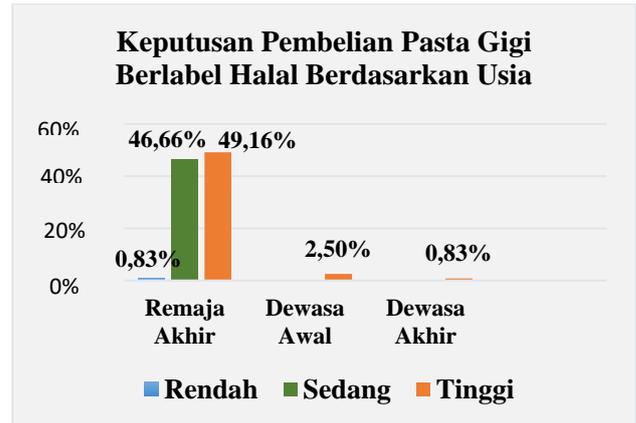
Gambar 3. Tingkat Keputusan Pembelian Pasta Gigi Berlabel Halal Berdasarkan Agama



Gambar 4. Tingkat Keputusan Pembelian Pasta Gigi Berlabel Halal Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 5. Tingkat keputusan Pembelian Pasta Gigi Berlabel Halal Berdasarkan Usia

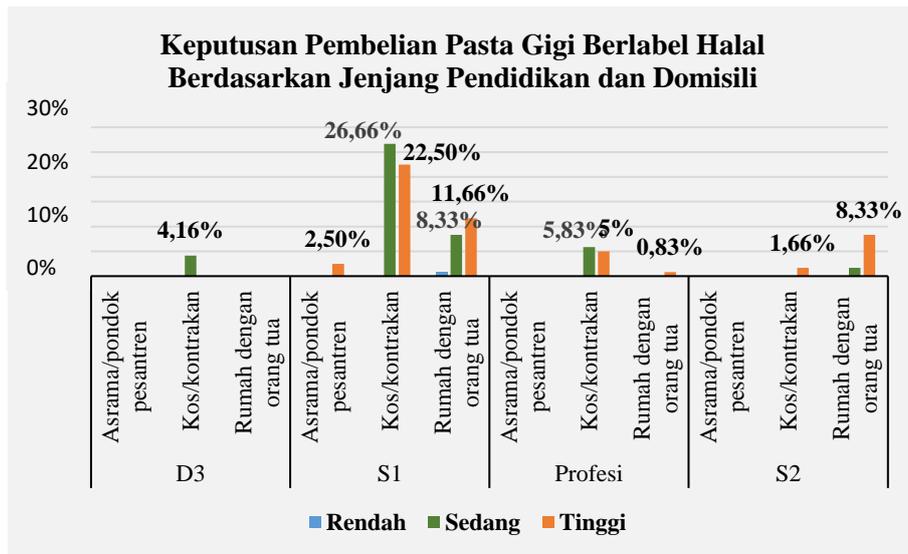


Gambar 5 menunjukkan keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal berdasarkan usia dengan hasil responden berusia remaja akhir memiliki tingkat keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal yang tinggi sebesar 49,16%.

Gambar 6 menunjukkan keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal berdasarkan jenjang pendidikan dan domisili. Hasilnya responden jenjang pendidikan S1 memiliki tingkat keputusan pembelian yang sedang sebesar 26,66% dan mayoritas berdomisili di kos atau kontrakan sebesar 49,16%.

Tabel 5 menunjukkan hasil uji kolerasi dengan hasil angka koefisien korelasi sebesar 0,616 berarti tingkat kekuatan hubungan atau korelasi antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian berkorelasi kuat. Angka koefisien korelasi pada tabel 5 menunjukkan nilai positif sebesar 0,616 yang berarti hubungan kedua variabel tersebut berbanding lurus, dan dapat diartikan bahwa semakin tinggi variabel labelisasi halal maka semakin tinggi keputusan pembelian pasta gigi. Nilai signifikansi hubungan kedua variabel sebesar 0,000 ($p < 0,05$), berdasarkan hasil itu maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian pasta gigi.

Gambar 6. Tingkat Keputusan Pembelian Pasta Gigi Berlabel Halal Berdasarkan Jenjang Pendidikan dan Domisili



Tabel 5 Hasil Uji Korelasi *Spearman* Variabel Labelisasi Halal dan Keputusan Pembelian

Correlations				
			Labelisasi Halal	Keputusan Pembelian
Spearman's rho	Labelisasi Halal	Correlation Coefficient	1.000	.616**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	120	120
	Keputusan Pembelian	Correlation Coefficient	.616**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

DISKUSI

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa UNISSULA, sehingga populasi dan subjek yang diambil adalah mahasiswa UNISSULA dengan cara pengambilan sampel menggunakan metode *cluster sampling*. Distribusi jenjang pendidikan responden mayoritas berada pada jenjang pendidikan S1 sebanyak 89 responden (72,5%). Jenjang pendidikan S1 di UNISSULA berjumlah 23 dari 40 program studi, artinya jenjang pendidikan S1 lebih banyak daripada jenjang pendidikan lainnya. Jenis kelamin perempuan menurut data BPS Jawa Tengah, (2019) sebanyak 54%.¹³ Jumlah mahasiswa perempuan di Indonesia menurut statistik PDDikti Kemdikbud (2020) sebanyak

51,18% dan jumlah mahasiswa perempuan provinsi Jawa Tengah sebanyak 52,29% menurut data statistik PDDikti Kemdikbud (2020).¹⁴

Domisili responden pada penelitian ini didominasi oleh kos/kontrakan sebanyak 79 responden (65,83%). Hal ini dikarenakan mahasiswa biasanya berasal dari luar daerah atau luar kota sehingga perlu tempat tinggal sementara seperti kos/kontrakan. Penelitian Redaputri dkk (2021) menyebutkan mayoritas mahasiswa bertempat tinggal di kos/kontrakan sebesar 66,76% karena lebih dekat dengan kampus.¹⁵ Responden penelitian mayoritas berada pada usia remaja akhir dengan rentan usia 18-25 tahun. Usia 18-25

merupakan usia produktif dan rata-rata usia mahasiswa S1 di Indonesia.¹⁶

Penelitian ini bertempat di kampus UNISSULA yang secara geografis terletak di pulau Jawa provinsi Jawa Tengah. Penduduk pulau Jawa terdiri dari beberapa suku seperti Jawa, Sunda, Betawi dan Tinghoa. Suku Jawa merupakan suku terbesar di Indonesia dengan jumlah 41,71%. Suku Jawa di Jawa Tengah juga menduduki peringkat pertama suku terbesar dengan jumlah 97,96%.¹⁷

Suku dapat berkaitan dengan agama seperti suku Jawa yang pada asalnya memiliki kepercayaan animisme dan dinamisme yang dianut oleh agama hindu dan budha. Seiring dengan perkembangan budaya kepercayaan animisme dan dinamisme dihubungkan dengan kepercayaan-kepercayaan dalam islam. Interelasi kepercayaan ini menjadikan suku Jawa mayoritas memeluk agama islam.¹⁸ Berdasarkan data statistik kependudukan mayoritas masyarakat Indonesia 85% penduduknya beragama islam.^{18,3}

Mahasiswa sebagai mahluk induvidu tentunya memiliki kebutuhan yang berbeda antara mahasiswa satu dan lainnya.¹⁶ Kebutuhan kesehatan gigi dan mulut yang sehari hari digunakan oleh mahasiswa adalah pasta gigi⁷. Pasta gigi yang halal dan aman tentunya harus berlabel dan bersertifikat halal.¹⁹ Label halal tentunya sangat penting diperhatikan untuk memutuskan pasta gigi yang akan dibeli. Penelitian Roswiem dan Mustaqimah (2020) menyatakan terdapat beberapa pasta gigi yang mengandung gelatin dari lemak hewan yang belum diketahui secara pasti gelatin hewan yang digunakan.²⁰ Keraguan akan sesuatu yang halal atau haram dalam islam disebut dengan syubhat yang seharusnya dihindari oleh umat muslim.

Presepsi mengenai labelisasi halal pada penelitian ini menunjukkan skor tinggi sebesar 88%. Presepsi labelisasi halal yang tinggi dapat

dipengaruhi oleh agama responden yang sebagian besar muslim. Umat muslim kebanyakan memilih produk yang pasti tentu halal daripada produk yang tidak dapat dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang.²¹ Hal ini karena umat islam diwajibkan mengkonsumsi produk yang halal sesuai dengan syariat islam. Umat islam menganggap bahwa label halal penting, namun dalam keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor.²²

Faktor budaya adalah faktor mendasar bagi masyarakat untuk memutuskan membeli produk karena budaya berkembang dari satu generasi ke generasi berikutnya yang berisikan nilai, adat, kebiasaan, peraturan, norma dan kepercayaan yang berkembang di masyarakat.²³ Agama merupakan salah satu faktor budaya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena agama mengatur segala sesuatu yang diizinkan dan dilarang. Agama islam dalam keputusan pembelianya tidak hanya memperhatikan kebutuhan maupun harga melainkan mengenai kehalalan produk tersebut. Hal ini dikarenakan umat islam percaya akan adanya hari kiamat dan akhirat sehingga dalam pengkonsumsian mengutamakan ibadah daripada duniawi.²² Penelitian Nurrachmi dan Setiawan (2020) menyebutkan bahwa agama islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk halal.²⁴

Faktor pribadi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada penelitian ini dipengaruhi oleh usia dan jenis kelamin. Usia dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin bertambahnya usia semakin bertambah pula pengalaman hidupnya. Pengalaman yang lebih banyak akan memudahkan seseorang menerima informasi serta dapat merubah perilaku ke arah positif.²⁵ Usia remaja akhir memiliki karakteristik pengambilan keputusan yang semakin meningkat

terkait pilihan hidupnya.²⁶ Remaja akhir dalam penelitian ini memiliki keputusan pembelian tinggi. Hal ini dikarenakan pada usia tersebut sudah mulai tumbuh rasa komitmen yang besar terhadap dirinya dan orang sekitar terutama dalam hal pengkonsumsian.²⁷

Jenis kelamin dapat mempengaruhi keputusan pembelian pasta gigi yang berbeda. Perempuan memiliki tingkat keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal yang tinggi. Hal ini dapat dikenakan perempuan lebih rinci dalam memperhatikan label kemasan daripada laki-laki.²⁷ Laki-laki dalam membeli produk biasanya dipengaruhi oleh nilai ekonomisnya sedangkan perempuan lebih dipengaruhi oleh kualitas produk.²⁸ Perempuan juga lebih mudah terpengaruh konformitas sosial.²⁹

Faktor sosial dapat mempengaruhi keputusan pembelian pasta gigi. Faktor sosial terdiri dari kelompok acuan, keluarga serta peran dan status sosial. Strata sosial ada berdasarkan hirarki tertentu seperti pekerjaan, pendidikan dan penghasilan.²³ Jenjang pendidikan S1 memiliki tingkat keputusan pembelian sedang. Hal ini dapat dikarenakan lingkungan tempat tinggal mahasiswa S1 mayoritas tinggal di kos/kontrakan. Mahasiswa kos/kontrakan yang belum bekerja dan jauh dengan orang tua mengandalkan pendapatnya dari kiriman orang tua setiap bulan.³⁰ Uang saku mempengaruhi pembelian pada mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki uang saku lebih banyak tentunya berbeda dengan mahasiswa yang memiliki uang saku cukup.³¹ Mahasiswa kos/kontrakan dalam melakukan pembelian lebih bersifat selektif, mereka lebih menghemat dengan memilih produk-produk yang lebih murah daripada produk yang sedang populer untuk menghindari pemborosan.³²

Responden mayoritas mempercayai kehalalan pasta gigi yang berlabel halal yang ditunjukkan oleh jawaban setuju pada pertanyaan nomor 4 sebesar 89,1%. Hasil ini sama dengan hasil penelitian oleh

Rakhi (2019) yang menyimpulkan jika mayoritas responden mempercayai kehalalan produk dengan label halal.²¹ Responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 4,2%, hal ini sama dengan penelitian Dewi (2020), yang menyatakan bahwa sebagian responden tetap melihat dan membaca komposisi bahan untuk lebih yakin dan percaya bahwa produk yang dipilih benar-benar aman untuk dikonsumsi.³³

Responden dalam keputusan pembeliannya, mayoritas mempertimbangkan labelisasi halal sebagai pertimbangan pertama dalam memilih pasta gigi, yang ditunjukkan oleh jawaban setuju pada pertanyaan nomor 8 sebesar 66,6%. Hasil ini sama dengan penelitian Rakhi (2019), yang menyatakan bahwa mayoritas responden menjadikan label halal sebagai pertimbangan utama dalam membeli produk.²¹ Responden yang menyatakan tidak setuju sebesar 33,4%, hal ini sama dengan penelitian Indraswari dkk (2019), yang menyatakan 1,7% responden tidak mempertimbangkan label halal pada keputusan pembelian.³⁴ Penelitian Khoerunnisa dkk (2016), responden dalam keputusan pembeliannya tidak memperhatikan label halal melainkan komposisi dari produk tersebut dan penelitian Antonika dkk (2015), menyatakan responden lebih mempertimbangkan brand tanpa memperhatikan label halal.^{25,35}

Responden dalam evaluasi paska pembelian menyatakan tidak setuju terhadap penggunaan pasta gigi yang berlabel halal maupun tidak berlabel halal adalah sama saja sebesar 40%. Hal ini dikarenakan labelisasi halal dapat memberikan rasa aman dan nyaman saat mengonsumsi produk terutama bagi umat muslim.³⁶ Responden yang menyatakan setuju menggunakan pasta gigi yang berlabel.halal maupun tidak berlabel halal adalah sama saja sebesar 21,6%. Hasil ini sama dengan penelitian Sitompol (2021), yang

menyimpulkan bahwa responden tidak menganggap penting label halal pada produk kosmetik, karena label halal masih hanya sebatas untuk produk pangan seperti makanan dan minuman sehingga mengkonsumsi pasta gigi yang berlabel halal maupun tidak adalah sama saja.³⁷

Labelisasi halal pada penelitian ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian pasta gigi. Hasil ini. Sama dengan penelitian Rakhi (2019) yang menyatakan bahwa labelisasi halal dapat mempengaruhi keputusan pembelian.²¹ Penelitian Choirunnisa dan Firmansyah (2021) juga menyatakan bahwa labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.³⁸ Hasil korelasi penelitian ini sebesar 0,616 dengan arah korelasi positif yang artinya labelisasi halal memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian. Adanya labelisasi halal yang tinggi dapat meningkatkan keputusan pembelian pasta gigi yang tinggi. Hasil ini mendukung dari penelitian yang dilakukan Wahyurini dan Trianasari (2020) yang menyatakan labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.³⁹

KESIMPULAN

Labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pada mahasiswa UNISSULA. Tingkat persepsi labelisasi halal pada mahasiswa UNISSULA memiliki tingkat persepsi labelisasi halal yang tinggi sebesar 88%. Tingkat keputusan pembelian pasta gigi berlabel halal pada mahasiswa UNISSULA memiliki tingkat keputusan yang tinggi dan sedang. Keputusan pembelian yang tinggi dipengaruhi oleh faktor agama dan pribadi. Keputusan pembelian yang sedang dipengaruhi oleh faktor sosial.

DAFTAR PUSTAKA

1. Oktafiani, D. and Yahya (2020) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Surabaya Dea Oktafiani Yahya Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya', *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(9), pp. 1–16. Available at: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1603>.
2. Wibowo, D.E. dan M.B.D. (2018) 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan', *Indonesia Journal of Halal*, 1(1). Available at: <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3400>.
3. Suryono, S. et al. (2019) 'Global Halal Center - Unissula mengabdikan untuk menyelamatkan umat melalui penyusunan instrumen Muslim Friendly', *Indonesian Journal of Community Services*, 1(1). Available at: <https://doi.org/10.30659/ijocs.1.1.1-15>.
4. Aspan, H. et al. (2017) 'The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City)', *International Journal of Global Sustainability*, 1(1). Available at: <https://doi.org/10.5296/ijgs.v1i1.12017>.
5. Bulan, T.P.L., Fazrin, K. and Rizal, M. (2018) 'Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa', *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2). Available at: <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>.
6. Faridah, H.D. (2019) 'Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan dan Implementasi', *Journal of Halal Product and Research*, 2(2).
7. Listriana (2017) 'Hubungan Menyikat Gigi dengan Pasta Gigi yang Mengandung Herbal terhadap Penurunan Skor Debris pada Pasien Klinik Gigi An-Nisa Palembang', *Jurusan Keperawatan Gigi Poltekkes Kemenkes Palembang*, 12, pp. 83–94. Available at: <https://jurnal.poltekkespalembang.ac.id/index.php/JPP/article/view/18>.
8. Knakes (2020) *Daftar Referensi Bahan-bahan yang Memiliki Titik Kritis Halal dan Substitusi Bahan Non Halal. Pertama*. Edited by Novita Heny Purwanti. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. Available at: [https://knks.go.id/storage/upload/1611664891-Buku Referensi Titik Kritis Halal dan Substitusi Non Halal-min.pdf](https://knks.go.id/storage/upload/1611664891-Buku%20Referensi%20Titik%20Kritis%20Halal%20dan%20Substitusi%20Non%20Halal-min.pdf).
9. Nawaly1, H., Pagaya1, J. and Martha Kaihena1 (2019) 'RPBJ | Rumphius Pattimura Biological Journal 12 Vol 1 | No 1 | Maret |

- 2019', *Rumphius Pattimura Biological Journal*, 1(1), pp. 12–17.
10. Sudhakar, U., Arun, T. and Ashika Yesudhas (2019) 'A survey on the various factors that influence a customer's choice of toothpaste in Mogappair Population', *International Journal of Current Research*, 11(3), pp. 1959–1964.
 11. Awaiz.Faiza, Shahzad.HB, Kiran.Naheed, K.A. (2019) 'Factors influencing consumers' choices of oral hygiene products: A cross-sectional study', *Makara Journal of Health Research*, 23(3), pp. 138–142. Available at: <https://doi.org/10.7454/msk.v23i3.1156>.
 12. Irfanita, N. et al. (2017) 'Rapid detection of gelatin in dental materials using attenuated total reflection fourier transform infrared spectroscopy (ATR-FTIR)', in *Journal of Physics: Conference Series*. Available at: <https://doi.org/10.1088/1742-6596/884/1/012090>.
 13. BPS Jawa Tengah (2019) Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2017-2019. Available at: <https://jateng.bps.go.id/indicator/40/170/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>.
 14. PDDikti Feeder (2016) Data Mahasiswa Unissula. Available at: <http://feeder.unissula.ac.id/posts/mahasiswa>.
 15. Redaputri, A.P., Prastyo, Y.D. and Barusman, M.Y.S. (2021) 'Analisis Kepuasan Mahasiswa dalam Pelaksanaan Pembelajaran Online di Era Pandemi Covid-19', *Lectura: Jurnal Pendidikan*, 12(1). Available at: <https://doi.org/10.31849/lectura.v12i1.5463>.
 16. Hulukati, W. and Djibran, M.R. (2018) 'Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo', *Bikotetik (Bimbingan dan Konseling Teori dan Praktik)*, 2(1). Available at: <https://doi.org/10.26740/bikotetik.v2n1.p73-80>.
 17. Pitoyo, A.J. and Triwahyudi, H. (2018) 'Dinamika Perkembangan Etnis di Indonesia dalam Konteks Persatuan Negara', *Populasi*, 25(1). Available at: <https://doi.org/10.22146/jp.32416>.
 18. Sahir, S.H., Ramadhan, A. and Tarigan, E.D.S. (2018) 'Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan', *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(031).
 19. Faridah, H.D. (2019) 'Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan dan Implementasi', *Journal of Halal Product and Research*, 2(2).
 20. Roswiem, A.P. and Mustaqimah, D.N. (2020) Identification of Gelatin source in Toothpaste products using Combination of Attenuated Total Reflection-Fourier Transform Infrared (ATR-FTIR) Spectroscopy and Chemometrics, *International Journal of Halal Research*.
 21. Rakhi, H. (2019) 'Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik: Studi Kasus Kota Pontianak', *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1). Available at: <https://doi.org/10.32678/ije.v10i1.119>.
 22. Huda, N., Hulmansyah, H. and Rini, N. (2018) 'Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim', *Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 2(2). Available at: <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i2.3944>.
 23. Hikmawati, K.A., Arifin, Z. and Hidayat, K. (2016) 'PEMBELIAN (Survei terhadap Mahasiswa Peserta Telkomsel Apprentice Program Pembeli Kartu SimPATI di GraPARI Telkomsel Malang)', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(2), pp. 11–18. Available at: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/1450/1829>.
 24. Nurrachmi, I. and Setiawan, S. (2020) 'Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Halal', *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(2). Available at: <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v7i2.3521>.
 25. Khairunnisa z, K. z, Sofia, R. and Magfirah, S. (2021) 'Hubungan Karakteristik Dan Tingkat Pengetahuan Dengan Perilaku Pencegahan Covid-19pada Masyarakat Desa Paya Bujuk Blang Pase Kota Langsa', *AVERROUS: Jurnal Kedokteran dan Kesehatan Malikussaleh*, 7(1). Available at: <https://doi.org/10.29103/averrous.v7i1.4395>.
 26. Miski, R. and Mawarpury, M. (2017) 'Pengambilan Keputusan Pada Remaja Yang Mengalami Pengasuhan Otoriter', *Jurnal Ecopsy*, 4(3). Available at: <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v4i3.4297>.
 27. Fathimah, F. (2017) 'Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kebiasaan Memeriksa Label Halal Kemasan Pangan Pada Santriwati', *Darussalam Nutrition Journal*, 1(1). Available at: <https://doi.org/10.21111/dnj.v1i1.1020>.
 28. Fitri, A.R.P. (2016) 'Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro', *Jurnal Edutama*, 3(2).
 29. Sreen, N., Purbey, S. and Sadarangani, P. (2018) 'Impact of culture, behavior and gender on green purchase intention', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41. Available at:

- <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.12.002>.
30. Risyau, F., Adiyasa, I. and Laraeni, Y. (2019) 'Preferensi Dan Pola Konsumsi Mie Instan Pada Mahasiswa Jurusan Gizi Dan Analisis Kesehatan Poltekkes Kemenkes Mataram Yang Tinggal Di Kost Dan Tidak Kost', *Prime Nutrition Journal*, 1(1).
 31. wulandari, W. (2022) 'Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion di Lingkungan Mahasiswa Kost', *Sosio e-Kons*, 14(2). Available at: <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v14i2.12584>.
 32. Wulantari Raden ayu, A.A. (2017) 'Gaya Hidup Mahasiswi Migran dan Non Migran di Kota Palembang (Studi Kasus: Mahasiswi Migran dan Non Migran di Universitas PGRI Palembang)', *Demography Journal of Sriwijaya*, 2(1).
 33. Dewi, N.S.A.A. (2020) 'Kajian Kesadaran Konsumsi Pangan Halal Pada Pelajar SLTP', *Indonesian Journal of Halal*, 3(1).
 34. Indraswari, R., Kartika, L. and Septiani, S. (2019) 'Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal di Kota Bogor', *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(2). Available at: <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i2.2749>.
 35. Antonika, A., Rangga, A. and Nurainy, F. (2015) 'Analisis Perilaku Mahasiswa dalam Proses Keputusan Pembelian Produk Pangan Halal: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Lampung', *Jurnal Teknologi Industri & Hasil Pertanian*, 20(2).
 36. Alfian, I. and Marpaung, M. (2017) 'Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan', *At-Tawassuth*, 2(1).
 37. Sitompol, S. (2021) 'Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating', *jurnal kajian ekonomi hukum syariah*, 7(1), pp. 50–64. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.37567/shar-e.v7i1.402>.
 38. Choirunnisa, R. and Firmansyah, E.A. (2021) 'Muslim Consumer Behavior and Purchase', *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 5(1). Available at: <https://doi.org/10.30983/es.v5i1.4170>.
 39. Sonia Cipta Wahyurini and Trianasari, N. (2020) 'Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah', *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1). Available at: <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>.