

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada sepuluh tahun terakhir ini, terjadi peningkatan perkembangan gaya hidup yang berorientasi modern dan Islami di Indonesia. Perkembangan gaya hidup berorientasi modern dan mengacu pada nilai-nilai Islam tersebut, dapat dilihat dari beberapa fenomena seperti masyarakat semakin kritis dalam menilai kehalalan produk yang akan dikonsumsi, perkembangan lembaga keuangan berbasis syariah, pertumbuhan budaya bernuansa Islam, berkembangnya pemakaian busana hijab, munculnya hotel syariah, peningkatan frekuensi kunjungan ibadah haji dan umroh, pertumbuhan industri kosmetik halal dan meningkatnya kewirausahaan muslim. Dalam ajaran islam, mengatur banyak hal yang ditunjukkan pada umatnya. Salah satu ajaran agama Islam yaitu diwajibkan setiap umatnya untuk mengkonsumsi makanan atau barang yang diperbolehkan oleh ajaran-ajaran agama Islam.¹ Didalam Al Qur'an Allah memerintahkan manusia untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan baik. Allah berfirman dalam Surah Al Maidah ayat 88:

مُؤْمِنُونَ بِهِ أَنْتُمْ الَّذِينَ اللَّهُ وَاتَّقُوا َ طَيِّبًا حَلَالًا اللَّهُ رَزَقَكُمْ مِمَّا وَكُلُوا

¹ Esih Jayanti and Siti Fatmawati, 'Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sophie Paris Pada Member Jaringan Bisnis Center Sugeng Budhi Handoyo Area Cilacap', *JAB*, 6.02 (2020), h. 49–61.

Terjemahan:

“ Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

Perindustrian kosmetik di Indonesia berkembang dengan sangat pesat. Tingginya kompetisi industri kosmetik Indonesia menimbulkan persaingan dari para produsen kosmetik. Berbagai cara dilakukan untuk menarik minat konsumen dan berusaha lebih unggul dari para pesaingnya. Banyak produsen kosmetik yang menciptakan berbagai macam jenis kosmetik untuk perawatan, akan tetapi tidak semua produk tersebut halal. Persaingan dalam industri kosmetik bukan hanya persaingan harga untuk meminimalisir biaya, tetapi juga persaingan kualitas produk, produk yang tinggi kualitasnya akan membuat konsumen merasa puas.²

Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa menggunakan skincare sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian besar orang, sehingga perusahaan yang memproduksi produk kecantikan harus menyesuaikan produknya dengan gaya hidup yang konsumen terapkan salah satunya adalah gaya hidup halal. Kosmetik halal merupakan salah satu produk yang digunakan untuk membersihkan, merawat, melindungi serta menambah daya tarik atau kecantikan seseorang dari luar atau tampilan fisik yang

² Nurudin, ‘Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian’, *MAGNA: Journal of Economics, Management, and Business*, 2.1 (2023), h. 1–14.

terbuat dari bahan bahan yang tidak diharamkan oleh agama. Kehalalan kosmetik di Indonesia, dapat diketahui dari ada tidaknya label halal yang tercantum pada kemasan produk tersebut.³

Pada dasarnya keinginan itu mendorong seseorang untuk berperilaku dan perilaku merupakan dasar dalam membuat keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan proses panjang yang dilakukan pembeli bermula jauh sebelum seorang membeli suatu produk dan berlangsung lama sesudahnya. Proses yang terjadi disaat seorang ingin melakukan keputusan pembelian yaitu mencari informasi, melakukan evaluasi alternative, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.⁴

³ Yuliana Ulfidatul Hoiriyah and Yustina Chrismardani, 'Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura)', *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1.2 (2021), h. 115–120.

⁴ Kustin Hartini and Inggriani, 'Pengaruh Pendapatan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Secara Taqsith', *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6.1 (2020). h. 95.

Tabel 1.1
Brand Lokal Kosmetik Paling Banyak Digunakan

No	Nama Data	Responden/%
1	Wardah	48
2	Emina	40
3	Make Over	22
4	Somethinc	19
5	Purbasari	15
6	Y.O.U	14
7	Dear Me Beauty	11
8	Sariayu	11
9	Luxcrime	10
10	Mustika Ratu	10

Sumber : Data Populix tahun 2022

Berdasarkan data dari Populix pada Agustus 2022, menemukan 54% konsumen kosmetik lebih memilih merek lokal dibandingkan dengan merek luar negeri. Tiga merek kosmetik milik Paragon menjadi favorit konsumen. Wardah dipakai oleh 48% responden. Lalu, Emina dipakai oleh 40% dan Make Over oleh 22% responden, Somethinc dipakai oleh 19% responden dan Purbasari dipilih oleh 14% responden. Populix menemukan 66% pembelian kosmetik dilakukan lewat e-commerce Shopee dengan 92% penggunaan. Survei ini melibatkan 500 perempuan yang tersebar di beberapa wilayah Indonesia. 49% responden berpendidikan SMA, 41% berpendidikan S-1 ke atas, dan 8%

berpendidikan D-3.⁵ Berdasarkan data statista.com di tahun 2024 pertumbuhan skincare di Indonesia diproyeksikan akan melonjak dengan memperoleh pendapatan US\$2,76 miliar atau setara dengan Rp 38,64 triliun.⁶

Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut dapat meningkatkan martabat manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang atau jasa yang halal dan baik saja secara wajar serta tidak berlebihan. Dengan kata lain melakukan kegiatan konsumsi yaitu dengan mengonsumsi barang dengan kriteria baik barangnya, baik cara mengkonsumsinya dan mendatangkan manfaat bagi pengkonsumsinya.⁷

Ada beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan gaya hidup dan label halal seperti penelitian Nurudin menyatakan bahwa variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun variabel gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik

⁵ databoks.katadata.co.id, “10 Merek Kosmetik Lokal Favorit Masyarakat, 3 Punya Paragon”, Agustus 2023, <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/03/10-merek-kosmetik-lokal-favorit-masyarakat-3-punya-paragon>> [Diakses 8 Oktober 2023).

⁶ Salsabilla Andjani, Dewi Komala Sari, and Misti Hariasih, ‘Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau Dari Social Media Marketing, Viral Marketing Serta Brand Awareness Pada Produk Camille Beauty’, *JIMEA; Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9.1 (2025), h. 76–99.

⁷ Annisah Monica; Juliyanti and others, ‘Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Halal Di Kota Bengkulu’, *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, 4.2 (2021), h. 1280–1294

pada mahasiswi UIN Walisongo Semarang.⁸ Penelitian Nurdiana, Mayroza, dan Dini menyatakan bahwa variabel independen gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen terhadap keputusan pembelian, namun variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening pada siswi SLTA di Kecamatan Sungai Rumbai.⁹

Sedangkan dalam penelitian Syafrida dan Atika yang menyatakan bahwa variabel gaya hidup, label halal dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.¹⁰ Pada penelitian Yuliana dan Yustina menyatakan bahwa masing-masing variabel (gaya hidup halal, label halal dan harga) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian MS Glow mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.¹¹

⁸ Nurudin, 'Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian', *MAGNA: Journal of Economics, Management, and Business*, 2.1 (2023), h. 1–14.

⁹ Nurdiana, Mayroza Wiska, and Dini Elida Putri, 'Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Siswi Slta Di Kecamatan Sungai Rumbai)', *Manajemen Dewantara*, 6.2 (2022), h. 225–235

¹⁰ Syafrida Hafni Sahir, Atika Ramadhan, and Eka Dewi Setia Tarigan, 'Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan', *Jurnal Konsep Bsnis Dan Manajemen*, 3.1 (2016), h. 1-15.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut di atas, dari pengamatan peneliti. Oleh sebab itu, penulis sangat tertarik untuk mengangkat judul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**“ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABEL
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK PADA MASYARAKAT DESA
PAGAR JATI BENGKULU TENGAH”.**

B. Batasan Masalah

Agar peneliti lebih terarah dan fokus sekaligus mendalam terhadap hasil penelitian, penulis memandang permasalahan penelitian yang di angkat perlu di batasi variabelnya. Penulis membatasi hanya berkaitan dengan pengaruh Gaya Hidup dan Label Halal terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan masyarakat di Desa Pagar Jati Bengkulu Tengah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan di atas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik di Desa Pagar Jati Bengkulu Tengah?

¹¹ Yuliana Ulfidatul Hoiriyah and Yustina Chrismardani, ‘Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura)’, *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1.2 (2021), h. 115–120

2. Apakah pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik di Desa Pagar Jati Bengkulu Tengah?
3. Apakah Gaya Hidup dan Label Halal secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik di Desa Pagar Jati Bengkulu Tengah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik di Desa Pagar Jati Bengkulu Tengah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik di Desa Pagar Jati Bengkulu Tengah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Gaya Hidup dan Label Halal berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik di Desa Pagar Jati Bengkulu Tengah.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengembangan ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh gaya hidup dan label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengaruh terhadap masyarakat dalam proses kegiatan konsumsi produk kosmetik halal.

2) Kegunaan Praktis

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan yang dapat digunakan sebagai bahan untuk mengkaji secara ilmiah mengenai teori teori yang telah dipelajari selama di bangku perkuliahan sehingga dapat dijadikan sebagai rujukan untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

b) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup dan label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik khususnya di Desa Pagar Jati, sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk pengambilan keputusan dalam memilih strategi pemasaran yang tepat ataupun tetap mempertahankan harga, kualitas produk, dan label halalnya.

c) Bagi civitas akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang keilmuan bagi institusi perguruan tinggi khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh gaya hidup dan label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting dalam sebuah penelitian, karena dapat mengetahui hasil ilmiah dari penelitian penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai referensi atau acuan pendukung dalam penyelesaian masalah yang akan diteliti.

- 1) Anin Nurul Khasanah, *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kosmetik Berlabel Halal pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Yogyakarta*.¹²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian ulang pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara online

¹² Anin Nurul Khasanah, “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kosmetik Berlabel Halal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Yogyakarta”, 2020, h. 1–139.

melalui google form. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Data kuesioner diuji dengan menggunakan spss versi 24. Metode statistik untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan harga secara bersama-sama dan parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

- 2) Ronaldo Klisman, *Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Riau)*.¹³

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Safi. Studi kasus sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 orang dengan metode pengambilan sampel purposive sampling. Metode analisis data dilakukan secara deskriptif dan kuantitatif dengan alat analisis regresi linier berganda. Hasil

¹³ Ronaldo Klisman, ‘Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau)’, *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Riau*, 2022, h. 1–131.

penelitian menunjukkan bahwa secara parsial label halal dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Safi, sedangkan harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Safi.

- 3) Indah Novarintan, *Pengaruh Kualitas Produk dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Oleh Mahasiswi Ekonomi Syariah Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*.¹⁴

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 82 mahasiswi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Teknik pengambilan sampel dengan purposive sampling. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis penelitian, dan uji koefisien determinasi dengan software SPSS 23. Hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah dengan nilai t hitung $(2,323) > t$ tabel $(1,990)$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,023 <$

¹⁴ Indah Novarintan, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Oleh Mahasiswi Ekonomi Syariah Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*, 2022, h. 1-83

0,05. Label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah dengan nilai t hitung (3,951) > t tabel (1,990) dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,000 < 0,005$. Dari hasil perhitungan yang dilakukan secara simultan F hitung (117,675) > F tabel (3,11) dengan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,000 < 0,05$, artinya cara simultan variabel kualitas produk dan label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.

- 4) Ayif Fathurrahman; Martyas Anggesti, *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus Pada Produk Safi)*.¹⁵

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan pembelian mahasiswa terhadap Safi kosmetik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian Safi kosmetik. Penelitian ini menggunakan data dari 120 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan multiple analisis regresi dalam menganalisis data primer. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah software SPSS versi 21 for windows. Hasil yang

¹⁵ Ayif Fathurrahman and Martyas Anggesti, 'Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus Pada Produk Safi)', *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6.2 (2021), h. 113–126

didapatkan dalam penelitian ini adalah variabel gaya hidup, label halal, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Safi kosmetik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi sebesar 0,484 atau 48,4% keputusan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk pembelian Safi kosmetik dapat ditunjukkan bahwa 48,4% dipengaruhi oleh gaya hidup, label halal dan harga, sedangkan 51,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

- 5) Zhafirah Arviani Putri; Anna Sardiana, *Impact of Halal Label, Brand Images, Prices, and Halal Lifestyle on Wardah Cosmetic Purchase Decision among Women in Jakarta*.¹⁶

Penelitian ini bertujuan untuk menguji labelisasi halal, citra merek, harga, dan gaya hidup halal yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Jakarta. Populasi penelitian ini adalah konsumen wanita yang pernah atau sedang menggunakan produk kosmetik Wardah. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan regresi berganda untuk menganalisis data yang diolah menggunakan SPSS. Sampel yang digunakan berasal dari 168 responden yang ditentukan dengan menggunakan teknik purposive

¹⁶ Zhafirah Arviani Putri and Anna Sardiana, 'Impact of Halal Label, Brand Images, Prices, and Halal Lifestyle on Wardah Cosmetic Purchase Decision among Women in Jakarta', *Journal of Halal Studies*, 3.1 (2022), h. 27–38.

sampling. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial label halal dan harga tidak berpengaruh signifikan, sedangkan citra merek dan gaya hidup halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. Namun, secara simultan label halal, citra merek, harga dan gaya hidup halal ditemukan secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan yang sedang diteliti adalah pada penelitian terdahulu hanya berfokus pada satu brand kosmetik saja sedangkan penelitian ini mengarah kepada penelitian yang lebih luas lagi pada pandangan ekonomi syariah. Kemudian penelitian sebelumnya menggunakan aplikasi SPSS sedangkan penelitian ini penulis menggunakan aplikasi *E-views*. Dalam penelitian ini juga studi kasus yang diambil adalah perempuan muslim di Desa Pagar Jati, Bengkulu Tengah.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan dalam penulisan jurnal ini sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah yang menjadi alasan penulis dalam

melakukan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Teori dan Kerangka Berfikir, menguraikan tentang penjelasan teoritis mengenai pemikiran dan pendapat yang mendukung penulisan penelitian yang diperoleh dari sejumlah referensi seperti pengertian-pengertian dari istilah yang digunakan, serta teori mengenai teori gaya hidup, teori mengenai label halal, dan teori keputusan pembelian. Dari interpretasi ini, rangka berpikir penelitian dan hipotesis akan dikembangkan.

BAB III Metode Penelitian, memberikan penjelasan mengenai metodologi yang digunakan dalam penelitian, meliputi jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan teknik pengambilan sampel, sumber data dan teknik pengumpulan data, variabel dan definisi operasional, serta teknik analisis data yang akan digunakan.

BAB IV Analisis dan Pembahasan, menjelaskan hasil penelitian, menganalisis data, dan membahas metode penelitian yang digunakan. Dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan pokok masalah yaitu pengaruh gaya hidup dan label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Desa Pagar Jati Bengkulu Tengah.

BAB V Penutup, menjelaskan hasil penelitian atas dasar analisa yang telah dilakukan, dan keterbatasan dalam penelitian, serta rekomendasi bagi peneliti dan pemangku kepentingan.

