

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini wanita ingin terlihat selalu cantik dan juga menarik. Banyak cara dilakukan untuk mendapatkan tampilan yang diinginkan. Salah satu yang menjadi pilihan adalah dengan memakai produk kosmetik. Untuk sebagian besar wanita kosmetik merupakan kebutuhan yang memiliki peran yang sangat penting dan menjadi suatu kewajiban untuk digunakan mulai dari remaja hingga orang dewasa karena nya kosmetik tidak bisa lepas dalam rutinitas keseharian wanita.

Menurut penulis kosmetik selalu menjadi bagian terpenting dalam keseharian wanita untuk mendukung setiap penampilannya hal ini diperkuat dengan pendapat (Retno indraswari, 2018) yang menjelaskan jika “kosmetik sudah menjadi kebutuhan utama wanita hal ini dilakukan untuk mendukung setiap penampilan dan popularitasnya, karena menurut wanita kecantikan itu tidak hanya dari dalam diri jadi menjaga kecantikan dari luar harus tetap dijaga supaya tetap menarik ketika di pandang, tidak sebatas itu saja selain sebagai kebutuhan utama ternyata kosmetik juga mampu memperjelas kelas sosial atau identitas diri di mata masyarakat”.

Dengan adanya peluang yang besar membuat persaingan antar industri perawatan pribadi dan kosmetik semakin kompetitif terbukti dengan semakin banyak nya jenis kosmetik yang diproduksi dalam negeri maupun yang diproduksi luar negeri yang mampu beredar baik di indonesia dikarenakan pada masa yang

akan datang industri prioritas akan menjadi prime mover atau penggerak utama perekonomian hal diperkuat dengan pernyataan (Novela sari adi astri, 2019) yang mengatakan jika industri kecantikan (kosmetik) merupakan bagian dari kategori industri andalan, yaitu industri prioritas yang memiliki peran besar sebagai penggerak utama dalam perekonomian pada masa mendatang”.

Di Indonesia permintaan akan kosmetik terus mengalami peningkatan, hal ini yang mendorong semakin banyaknya industri kosmetik bersaing dalam menciptakan produk baru dengan keunggulan yang dimiliki setiap perusahaan serta inovasi produk yang nantinya akan mempengaruhi minat beli seseorang terhadap produk kosmetik yang ditawarkan dan tentunya nanti akan berdampak pada keputusan pembelian. Sebagaimana yang dikutip dari radarsurabaya.jawapos.com mengenai grafik pertumbuhan kosmetik di Indonesia sebagai berikut :

**Tabel 1 Data Pengguna Kosmetik**

<b>Tahun</b>	<b>Penggunaan kosmetik ( million US \$ )</b>
2015	3.225
2016	3.525
2017	3.828
2018	4.120
2019	4.390

Sumber : radarsurabaya.jawapos.com

Semakin beragam produk kosmetik maka semakin banyak pula *brand* atau perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik, hal ini dibuktikan dengan adanya *brand-brand local* yang mengeluarkan produk- produk unggulan seperti Mustika

Ratu, Wardah, Make over, Inez, Purbasari, Sariayu, Emina, Caring Colours, dan lainnya. Kosmetik tidak hanya di peruntukan untuk orang dewasa saja melainkan juga untuk remaja, namun ada hal yang perlu di perhatikan dalam pemilihan kosmetik yang aman untuk remaja seperti kandungan bahan yang ada pada produk tersebut karena pada umumnya kulit remaja cenderung sensitif.

Perusahaan berlomba-lomba untuk menghadirkan kosmetik yang aman dan cocok untuk kulit ramaja, salah satu perusahaan yang menghadirkan kosmetik untuk remaja adalah PT Paragon Technnology and Innovation (PTI) yang membawahi *brand* wardah dan *brand* make over. Sebagai salah satu perusahaan terkemuka yang ada di indonesia founder PTI pada 2019 terpilih menjadi salah satu wanita yang mendapat penghargaan dalam ajang ASEAN Business Award pada kategori Women entrepreneur yang digelar di Bangkok pada 2 november 2019 silam.

Dibalik kesuksesan PTI sebagai perusahaan yang mengolah brand kosmetik seperti Make Over, Wardah dan Emina founder ibu Nurhayati Subakat dinilai berhasil menjadi wanita yang menjalankan bisnis industri kosmetik dengan strategi dan gaya manajemen yang dimiliki begitu mumpuni dalam mencapai keberhasilan dengan pertumbuhan yang signifikan serta peningkatan efisiensi yang menguntungkan perusahaan secara penuh (<https://m.liputan6.com/lifestyle/2019> diakses pada 28 maret 2020).

Saat ini PT Paragon merilis produk baru yang di targetkan untuk remaja putri, kosmetik ini bernama “EMINA”. Emina sendiri menampilkan dirinya dengan member *playful* dan menyenangkan. Kesan *playful* sangat terlihat dari

bentuk kemasan serta warna yang begitu girly cocok untuk remaja. Tidak hanya memiliki kemasan yang menarik namun memiliki formula yang dibuat ringan namun warna yang dihasilkan tetap pigmented yang akan menambah kesan natural pada saat dipakai (<https://m.detik.com> diakses pada 28 maret 2020). Sebagai pendatang baru emina memiliki konsep yang ceria, *color full* dan juga unik yang berbeda dari beberapa kemasan cosmetic brand lain, kemasan yang dimiliki oleh produk ini juga memberikan kesan cantik yang natural dengan slogan mereka yaitu “Cantik itu Simple & Fun” (<http://www.eminacosmetics.com/about> diakses pada 28 maret 2020).

**Tabel 2 Posisi Brand Kosmetik Lokal**

Posisi	Brand Kosmetik Lokal
1	Wardah
2	Make Over
3	Emina
4	Purbasari
5	Viva
6	Pixy
7	Sariayu

Sumber : <https://newslab.uajy.ac.id>

*Euromonitor International*, menyebutkan bahwa PT. Paragon Technology and Innovation atau PTI merupakan perusahaan yang berkembang pesat dalam dunia kecantikan di Indonesia. PT. Paragon Technology and Innovation memiliki berbagai produk yang dikeluarkan seperti Make Over, Emina, Wardah dan Putri. Dan salah satu produk kosmetik yang diluncurkan oleh PT. Paragon Technology dan termasuk produk yang terkemuka sebagai produk kosmetik

pertama yang dikhususkan untuk remaja adalah Emina (Female Daily - *Beauty & Cosmetic Product*, 2017). Beberapa serangkaian produk kosmetik yang lengkap dihadirkan oleh Emina, dengan produk yang aman digunakan serta mudah diaplikasikan dan memiliki harga yang terjangkau. Emina memiliki pilihan produk yang beragam untuk make-up sehari-hari, antara lain : *Pop Rouge Pressed Eye Shadow, Lip Shine Liquid, Blush on, Beauty Bliss BB Cream, CC Cake, Bare With Me Mineral Loose Powder.*

**Tabel 3 Data Produk Unggulan Emina**

No	Nama Produk	Keunggulan
1	Emina Creamatte	Memiliki 8 warna yang menarik
2	Bare With Mineral Cushion	Kandungan titanium dioxide mampu menangkal sinar UV dan memiliki cooling sensation
3	Bare With Me Mineral Compact Powder	Kandungan vitamin E yang antioksidan, memiliki kandungan oil control
4	Emina Lip tint Eraser	Memiliki bentuk gel dengan kandungan cucumber extract yang kaya akan vit c sebagai penghapus lip tint juga mampu melembabkan bibir
5	Emina Lip Tint Magic Potion	Lip tint yang kissproof, transferproof dan long lasting namun tak membuat bibir kering

Sumber : <https://m.beautynesia.id> 2019

Sebagai kosmetik pendatang baru emina mampu bersaing dengan brand-brand terkemuka lainnya terbukti pada tahun 2019 emina mendapat penghargaan dari Guardians. Dimana guardians merupakan merk ritel modern terkemuka yang ada di kawasan Asia Tenggara yang bergerak dalam bidang kesehatan dan kecantikan. Guardians memberikan penghargaan ini sebagai bentuk apresiasi terhadap merk mitra yang selama ini telah meramaikan dunia kesehatan dan

kecantikan. Penghargaan ini dilakukan dengan cara survei terhadap lebih dari 5000 responden yang dilakukan secara online pada tanggal 23 september sampai 17 oktober 2019. Berikut beberapa penghargaan yang diraih oleh emina seperti yang dikutip dari (<http://www.google.com/amp/s/amp.kontan.co.id> diakses pada 28 maret 2020) :

**Tabel 4 Data Penghargaan Kosmetik Emina**

No	Jenis Penghargaan	Kategori	Penghargaan yang diraih
1	Guardians Top Starts 2019	Kosmetik	Top 3 merk kosmetik terfavorit Top 3 primer terfavorit Top 3 cushion terfavorit Top 3 Blush on terfavorit Top 3 Lip Cream terfavorit Top 3 Lip Tint terfavorit
		Skincare	Top 3 Suncare terfavorit

Sumber : <http://www.google.com/amp/s/amp.kontan.co.id>

Meskipun produk kosmetik lokal seperti emina memiliki kualitas yang tidak kalah bagus dari kosmetik import namun beberapa orang memilih kosmetik import dengan alasan *prestige* (gengsi) apalagi di indonesia sendiri kosmetik import semakin banyak berdatangan dan mendominasi pasar di indonesia. Banyaknya kosmetik import yang masuk di Indonesia menimbulkan kekhawatiran tersendiri bagi konsumen muslim pasalnya mereka meragukan aspek kehalalannya.

Berbeda dengan makanan dimana langsung di serap oleh tubuh sedangkan kosmetik tidak langsung diserap tubuh secara langsung namun bahan baku kosmetik merupakan titik kritis kehalalan antara lain seperti lemak, kolagen, elastin, ekstrak plasenta, zat penstabil vitamin, asam alfa hidroksil dan hormon.

Pada beberapa bahan baku yang sudah disebutkan itulah biasanya kehalalan diragukan karena bahan tersebut biasanya berasal dari lemak hewan yang diharamkan seperti anjing, babi, binatang buas, bangkai, darah, serta alkohol. Seperti halnya pernyataan yang dikutip dari (<https://www.researchgate.net> 2019 diakses pada 28 maret 2020) “Mengapa harus memilih kosmetik yang halal? Bukankah kosmetik tidak di konsumsi atau dimakan? Padahal ketentuan hukum Islam itu diantaranya adalah aspek halal, haram dan najis, baik itu Najis Mukhoffafah (ringan), Najis Mutawassithoh (sedang) dan Najis Mughollazhoh (berat). Kalau kemudian najis itu menempel disalah satu anggota tubuh, maka hal itu dapat mempengaruhi keabsahan ibadah yang dilakukan seorang Muslim.

Dengan begitu kosmetik halal menjadi jawaban bagi wanita muslim yang ingin tampil cantik nan menawan namun tetap tidak meninggalkan ajaran sesuai syariat islam”. Fenomena kosmetik halal pertama kali di indonesia dipelopori oleh Wardah, dengan mengusung konsep kosmetik halal wardah mampu memberikan angin segar untuk wanita muslimah seakan menjawab persoalan yang selama ini terjadi. Namun masih banyak orang yang masih mempertanyakan kenapa harus memilih produk halal bukankah semua produk walaupun tanpa diberi label halal memang sudah diolah sesuai syariat islam dan bisa dibilang halal? dari contoh pertanyaan yang sering di ucapkan itu bisa disimpulkan bahwa masyarakat indonesia cenderung kurang memiliki kesadaran mengenai produk-produk halal.

Beberapa faktor yang dapat memengaruhi kesadaran halal (*awereness*) dari konsumen yang selanjutnya akan memengaruhi permintaan atas produk halal (*purchase intention*). Beberapa faktor tersebut adalah: religiositas (*religious*

*believe*), jati diri (*self identity*), dan label jaminan halal (*halal certification*). Menurut khazanah dalam blognya (<https://halal.unair.ac.id/2018/08/16/kesadaran-halal-di-indonesia/> yang diakses pada 28 maret 2020) Kesadaran halal (*awereness*) dapat diartikan sebagai pemahaman akan kehalalan suatu produk dari seseorang konsumen sehingga membuatnya cermat dalam melakukan konsumsi atas suatu produk, sedangkan minat beli (*purchase intention*) adalah kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu atau suatu tindakan yang berhubungan dengan membeli.

Seringkali masyarakat masih masyarakat masih mengabaikan labelisasi halal contohnya bisa terlihat pada saat memilih restoran atau membeli sebuah produk faktor halal belum bisa menjadi pertimbangan utama atau bahkan ketika akan membeli sebuah produk masih belum memperhatikan labelisasi halal meskipun ada logo halal masyarakat tidak mempertanyakan apakah logo itu memang dikeluarkan oleh LPPOM MUI. Di era modern ini media sebagai sumber informasi yang paling sering digunakan dengan demikian media diharapkan bisa membantu untuk membangun kesadaran masyarakat akan produk halal, khususnya umat muslim (Waspada Sinting, 2019 direktur pusat kajian produk halal). Meski dirasa masih kurang dalam pemahaman konsep halal pada suatu produk namun banyak faktor yang bisa membuat pasar konsumen untuk produk halal bisa tumbuh lebih cepat antara lain seperti profil generasi muda islam yang kini lebih religius , arus informasi yang semakin mudah didapat, pengetahuan dan kepedulian terhadap konsumsi halal. Sesuai data yang dicatat oleh LPPOM MUI sebagai berikut :

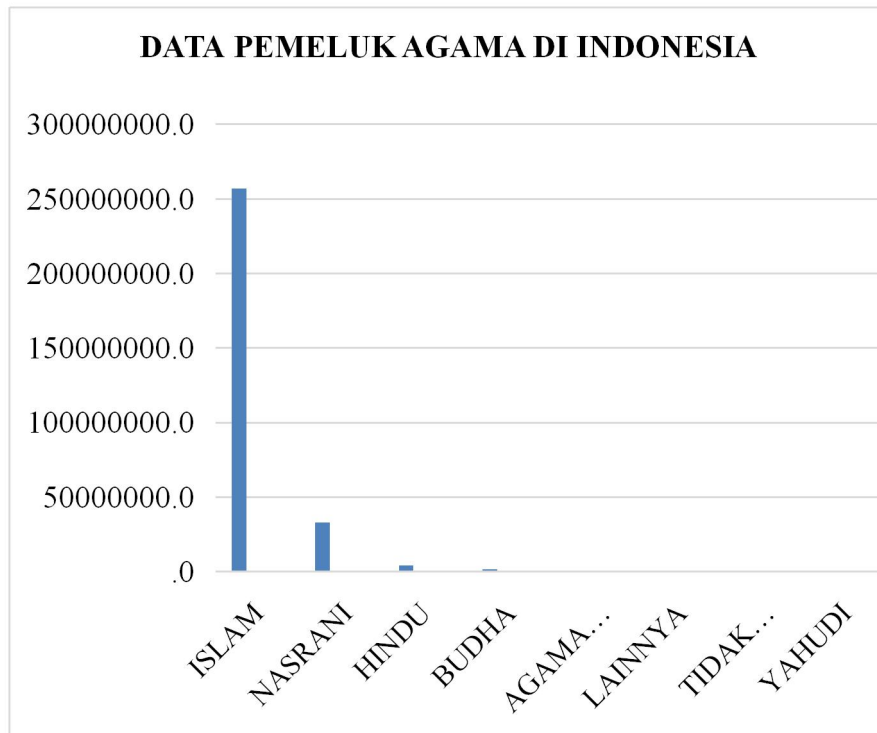


**Tabel 5 Data Jumlah Perusahaan dan Produk Kosmetik Halal**

No	Tahun	Jumlah Perusahaan	Produk Kosmetik Halal
1	2016	48 perusahaan	5.254 produk
2	2017	64 perusahaan	3.219 produk
3	2018	41 perusahaan	2.115 produk

Sumber : <https://www.researchgate.net>

Di Indonesia acuan kosmetik halal adanya pengakuan dari LPPOM MUI dalam bentuk sertifikasi halal setelah melalui serangkaian tahapan audit dari MUI mulai dari control bahan baku sampai proses pembuatannya, peralatan yang digunakan atau personil yang terlibat dalam proses produksi kosmetik tersebut. LPPOM bertugas untuk meneliti, mengkaji, menganalisa dan memutuskan apakah produk yang dihasilkan seperti produk pangan, obat-obatan dan kosmetik itu aman dikonsumsi baik dari sisi kesehatan maupun dari sisi agama Islam. Hal lain yang perlu diperhatikan konsumen sebelum membeli sebuah produk adalah dengan mencari terlebih dahulu informasi yang terdapat pada produk. Atribut produk merupakan hal penting yang dipertimbangkan konsumen sebelum memilih atau membeli sebuah produk. Salah satu atribut yang dilihat konsumen adalah label halal pada kemasan. Mengingat Indonesia merupakan negara yang mayoritas muslim dimana persentasenya mencapai 87,20 % jumlahnya. Setiap konsumen muslim pasti membutuhkan keterangan bahwa produk tersebut halal untuk dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam.



**Gambar 1 Data Pemeluk Agama di Indonesia**

Sumber : Globalreligiousfutures

Produk kosmetik yang beredar dipasaran nyatanya masih banyak yang belum mencantumkan label halal pada kemasan produk. Hal tersebut dikarenakan, produk makanan dan kosmetik yang telah dinyatakan halal cenderung lebih aman dan terhindar dari kandungan zat berbahaya. Sebagai umat islam kita wajib mengerti apa itu halal. Menurut syari'at islam halal merupakan sesuatu yang baik dan bersih yang di konsumsi oleh manusia, ditegaskan pula dalam QS Al-Maidah/5: 3. Disinilah Kesadaran masyarakat harus terus di tingkatkan terlebih tentang keamanan kosmetika yang digunakannya. Masyarakat kurang menyadari beberapa bahan yang merupakan titik kritis kehalalan dalam kosmetika adalah lemak, elastin, kolagen, ekstrak plasenta, asam alfa hidroksil, zat penstabil vitamin, dan hormon.

Berbeda dengan makanan, kosmetik memang tidak secara langsung diserap oleh tubuh, tetapi tetap saja kosmetik itu dikatakan haram apabila kosmetik tersebut terbuat dari unsur hewani yang diharamkan atau terdapat kandungan alkohol di dalamnya. Dalam kehidupan masyarakat di Indonesia terutama umat muslim konsep halal sudah lama diterapkan tidak hanya berlaku untuk makanan saja tetapi juga untuk produk lain yang bisa dikonsumsi atau digunakan oleh manusia termasuk kosmetik terlebih lagi kosmetik digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Kosmetik halal sebagai pilihan wanita yang tetap ingin tampil cantik namun tidak meninggalkan syariat dalam ajaran Islam.

Dalam hukum Islam sudah diajarkan kesadaran halal sejak dini hal ini ditandai dengan pengetahuan tentang proses penyembelihan hewan. Kesadaran halal didefinisikan sebagai pemahaman atau pengetahuan kehalalan akan suatu produk ditujukan untuk konsumen agar cermat dalam membeli sebuah produk. Tingginya kesadaran halal akan mempengaruhi permintaan atas produk yang halal.

Namun ada hal lain di sampaikan oleh ketua komunitas konsumen Indonesia (KKI) bahwa masyarakat Indonesia memiliki kesadaran yang cukup rendah terkait produk halal baik dalam hal makanan maupun fashion. Hal yang sama juga di ungkapkan oleh direktur halal corner Aisha Maharni mengatakan jika pada saat ini kesadaran masyarakat dalam memilih, membeli, dan mengonsumsi produk halal masih tergolong rendah menurut Aisha persentase kesadaran masyarakat terkait hal ini masih jauh dari ekspektasi salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya kesadaran masyarakat dalam membeli dan

mengonsumsi produk halal adalah pandangan mereka terhadap halal sendiri dan mereka cenderung percaya pada produsen terkait dengan kehalalannya.

Di Indonesia keterangan halal pada suatu produk ditandai dengan label halal yang sebelumnya sudah disertifikasi oleh LPPOM MUI (Lembaga pengkajian pangan, obat dan kosmetik Majelis Ulama Indonesia) yang sudah bekerja sama dengan departemen agama dan departemen kesehatan. Keterangan halal pada sebuah produk yang dijual memiliki arti yang sangat penting dalam melindungi umat Islam agar terhindar dari pembelian dan mengonsumsi produk yang tidak halal (haram). Label halal yaitu alat yang memberikan informasi tentang produk pada kemasan produk yang tercantum.

Proses pencantuman label halal dilakukan oleh lembaga yang berwenang (Departemen Kesehatan, hal ini ditangani oleh Balai Pengawasan Obat dan Makanan (Balai POM). Bagi umat Islam sertifikasi halal adalah jaminan keamanan untuk mengonsumsi atau menggunakan sebuah produk sertifikasi halal dibuktikan dengan adanya logo halal. Dalam mencantumkan label halal perusahaan harus terlebih dahulu mendaftarkan produknya ke BPOM (badan pengawas obat dan makanan) selanjutnya BPOM bersama departemen agama dan LPPOM MUI akan melakukan pemeriksaan terhadap produk yang didaftarkan dan jika produk tersebut tidak bermasalah maka hasil pemeriksaan akan dibawa ke komisi fatwa MUI untuk kemudian di periksa kembali dan untuk memutuskan pengeluaran sertifikat halal sehingga nantinya perusahaan yang mendaftar tadi akan mencantumkan nomor MD (jika produk dalam negeri) dan nomor ML (jika produk tersebut import).

Untuk konsumen jaminan halal berfungsi agar produk yang mereka gunakan atau konsumsi bebas dari unsur yang tidak halal sedangkan untuk produsen label halal berfungsi dalam membangun loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka dengan memiliki sertifikasi halal artinya mereka memiliki kelebihan dapat memiliki daya saing yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan produk yang tidak ada label halalnya (Chairani, 2019).

**Tabel 6 Brand Kosmetik yang Bersertifikasi Halal**

No	Brand
1	Emina
2	Make Over
3	BLP Beauty
4	ESQA Cosmetics
5	Mad For Lipstik

Sumber : <https://keepo.me/women/>

Sertifikasi halal merupakan fatwa tertulis yang menyatakan bahwa produk tersebut halal sesuai ketentuan Islam mulai dari bahan hingga selesainya proses produksi. Supaya tubuh tidak terkontaminasi dari bahan-bahan atau zat haram maka dalam hal ini sertifikasi halal menjadi sangat penting. Sertifikasi halal MUI mempunyai tujuan dimana mampu memberikan sebuah kepastian mengenai status kehalalan produk pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk lainnya. Seperti yang disampaikan (Sarwat, 2014) bahwa seiring dengan kesadaran umat Islam dalam menjalankan aturan agama yang semakin baik maka permintaan produk bersertifikasi halal juga akan semakin diutamakan.

Salah satu pelaku bisnis yang bergelut dalam bidang kosmetik adalah Toko Kosmetik Arum yang beralamatkan di Jln Panglima Sudirman No. 24 didirikan oleh Arum Sekarsari. Toko kosmetik Arum mampu bersaing dengan

bisnis-bisnis kosmetik lainnya dengan menyediakan berbagai macam produk kosmetik serta produk yang dijual memiliki kualitas yang bagus dan terjamin. Lokasi toko ini cukup strategis sehingga memudahkan pembeli ketika ingin berkunjung ke toko kosmetik arum. Produk yang dijual pun harganya cukup terjangkau untuk semua kalangan khususnya kalangan remaja. Dengan suasana toko yang bersih dan rapi membuat pengunjung semakin nyaman ketika berkunjung terlebih lagi toko ini bersebelahan dengan toko grosir sembako 3A selalu ramai dengan pengunjung.

Sebagai salah satu destinasi wisata belanja yang berada di Malang, denyut nadi berada di pasar ini. Dimana pasar lawang selalu ramai dikunjungi baik oleh penduduk setempat maupun daerah sekitarnya bahkan wisatawan mancanegara sekaligus. Pasar yang beralamatkan di jln raya thamrin, lawang 19 kilometer dari kota malang ini didirikan pada tahun 1970 umumnya yang berkunjung ke malang akan menyempatkan untuk mampir ke pasar lawang untuk berbelanja. Pasar lawang merupakan salah satu pasar besar yang ada di malang. Lokasi nya pun terbagi dua yakni pasar sebelah utara dan pasar sebelah selatan dan dimana pasar tersebut memiliki luas 3.500 m<sup>2</sup> dan 8.159 m<sup>2</sup> dan pada tahun 2019 tercatat ada 173 unit toko, 405 unit bedak, dan 729 unit los. Pasar lawang terbilang salah satu pasar yang cukup lengkap dan unik. Pasar lawang menyediakan beragam kebutuhan masyarakat mulai dari bahan makanan, kosmetik, pakaian, perabotan rumah tangga bahkan hewan pun ada. Dan dikatakan unik karena aktivitas operasionalnya terbagi menjadi 2 yakni 16 jam untuk aktivitas yang berada di dalam bangunan pasar dan 24 jam untuk bangunan diluar pasar

(<https://m.liputan6.com/lifestyle/read/keunikan-pasar-lawang-malang> diakses pada 15njulin2020).

Berdasarkan dengan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Halal Awareness dan Halal Certification Terhadap Minat Beli Kosmetik Emina” (Survey Pada Remaja Muslim Yang Membeli Produk Emina Di Toko Kosmetik Arum Lawang).**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Halal Awareness* berpengaruh terhadap minat beli produk kosmetik emina?
2. Apakah *Halal Certification* berpengaruh terhadap minat beli produk kosmetik emina?
3. Apakah *Halal Awareness* dan *Halal Certification* berpengaruh secara simultan terhadap minat beli produk kosmetik emina?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disebutkan maka tujuan dari penelitian, yaitu :

1. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Halal Awareness* terhadap minat beli produk kosmetik emina pada pembeli di toko.
2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Halal Certification* terhadap minat beli produk kosmetik emina pada pembeli di toko.
3. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Halal Awareness* dan *Halal Certification* secara simultan terhadap minat beli produk kosmetin emina pada pembeli di toko.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan penelitian dan memperluas wawasan bagi kajian keilmuan Ilmu Administrasi Binsis sebagai penerapan teori-teori yang didapatkan oleh peneliti selama perkuliahan. Hasil dari penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan menambah wawasan mengenai pengaruh *halal awareness* dan *halal certification*. Informasi tersebut dapat bermanfaat bagi dunia pemasaran

#### 2. Manfaat Praktis

Memberikan sumbangan kepada pelaku bisnis ataupun perusahaan mengenai pemahaman tentang pentingnya *halal awareness* dan *halal certification* serta memberikan dampak pada peningkatan usaha bisnis dan daya saing.



