

PENGARUH BEBAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. TELKOM INDONESIA (PERSERO) TBK, WITEL MAKASSAR UNIT GOVERNMENT AND ENTERPRISE (GES)

Muh. Rizal. B¹, Siti Hasbiah², Rezky Amalia Hamka³

^{1,2,3}) Universitas Negeri Makassar

rizalmuh548@gmail.com¹, rezky.amalia.hamka@unm.ac.id²

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk, Witel Makassar Unit Government And Enterprise Service (GES). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan dalam lingkup unit Government and Enterprise Service (GES) yang berjumlah 35 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua populasi digunakan sebagai sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi, kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji prasyarat, dan uji hipotesis dengan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian setelah data diolah dengan IBM Statistical for Product and Service Solution (SPSS) menunjukkan bahwa hasil analisis dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Beban Kerja (X) memiliki hubungan atau pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y) dengan nilai thitung beban kerja (12,022) lebih besar dari ttabel (1,689) atau $(12,022 > 1,689)$ dan signifikansi lebih kecil dari α ($0,000 \leq 0,05$). pada PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk, Witel Makassar Unit Government And Enterprise Service (GES).

Abstract: This study aims to determine how the effect of workload on employee performance at PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk, Witel Makassar Unit Government And Enterprise Service (GES). The population in this study were all employees within the Government and Enterprise Service (GES) unit, totaling 35 people. The sampling technique used is saturated sample, which is a sampling technique when all populations are used as samples. Data was collected by using the method of observation, questionnaires and documentation. The data analysis technique used is prerequisite test, and hypothesis testing with simple linear regression analysis. The results of the study after the data was processed with IBM Statistical for Product and Service Solution (SPSS) showed that the results of the analysis and hypothesis testing showed that the independent variable, namely Workload (X) had a positive and significant relationship or influence on Employee Performance (Y) with a t value of workload (12,022) is greater than ttable (1,689) or $(12,022 > 1,689)$ and the significance is less than $(0.000 \leq 0.05)$. at PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk, Witel Makassar Unit Government And Enterprise Service (GES).

Keywords: Workload, Employee Performance

I. PENDAHULUAN

Kinerja karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2009). Kinerja dapat pula diartikan sebagai prestasi kerja atau pelaksanaan kerja atau hasil untuk kerja. Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah beban kerja, adanya beban kerja yang mungkin berlebihan pada karyawan dapat menyebabkan benturan-benturan dan tekanan-tekanan yang mengakibatkan timbulnya stress kerja pada karyawan. Beban kerja adalah sejumlah kegiatan yang harus diselesaikan oleh suatu unit organisasi atau pemegang jabatan secara sistematis dengan menggunakan teknik analisis jabatan, teknik analisa beban kerja, atau teknik manajemen lainnya dalam jangka waktu tertentu untuk mendapatkan informasi tentang efisiensi dan efektifitas kerja suatu unit organisasi (Suwatno, 2003).

Telkom atau PT. telekomunikasi Indonesia Tbk merupakan suatu instansi pada bidang jasa jaringan telekomunikasi di Indonesia, bahkan termasuk perusahaan penyedia jaringan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Divisi *Government and Enterprise Service* berada dibawah divisi *Business, Government and Enterprise Service* (BGES) yang dibagi lagi menjadi dua divisi, yaitu divisi *Business Service* (BS) dan *Government and Enterprise Service* (GES). Divisi *Business Service* menangani klien *small medium enterprise customer* atau perusahaan kecil, sedangkan divisi *Government and Enterprise Service* (GES) menangani *government customer* atau klien dari pemerintahan atau perusahaan besar. Pada observasi pra-penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan permasalahan yang berkaitan dengan beban kerja karyawan pada Pt Telkom Indonesia (Persero) Tbk, Witel Makassar Unit *Government And Enterprise Service* (Ges) yaitu menunjukkan bahwa para karyawan mempunyai beban kerja yang berbeda-beda dan juga ada yang tidak sesuai dengan kompetensi yang dimiliki karyawan mengakibatkan sejumlah pekerjaan atau target yang harus dicapai dalam waktu tertentu ada yang tidak tercapai. Selain itu juga terdapat permasalahan ketika adanya karyawan yang resign atau cuti, maka rekan kerja mereka yang harus mengback-up pekerjaan yang ditinggalkan, sehingga pekerjaan akan menumpuk dan beban kerja yang mereka alami akan bertambah.

Tabel 1. Penilaian Kinerja Karyawan PT. Telkom Unit *Government and Enterprise Service* tahun 2021

Skor	Keterangan	Karyawan	Persentase (%)
91-100	Sangat baik	5	14,3%
81-90	Baik	14	40%
71-80	Cukup	16	45,7%
61-70	Kurang	-	0
< 60	Sangat Kurang	-	0
Total		35	100%

Sumber : PT. Telkom Unit *Government and Enterprise Service* tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat penilaian kinerja karyawan dengan skor 91-100 sebanyak 5 orang, karyawan dengan skor nilai 81-90 sebanyak 14 orang, dan karyawan dengan skor nilai 71-80 sebanyak 16 orang. Dari data tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa karyawan yang belum bisa mencapai nilai baik dan masih dalam kategori cukup, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan masih perlu ditingkatkan.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh. Sugiyono (2016) mengatakan bahwa sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua populasi digunakan sebagai sampel. Sampel pada penelitian ini ialah seluruh populasi dijadikan sampel.

Metode Analisis Data

1. Uji instrument Penelitian

- Uji Validitas, menurut Sekaran (dalam Kuncoro, 2013) validitas menguji seberapa baik suatu instrumen dibuat untuk mengukur konsep tertentu yang ingin diukur.
- Uji Reliabilitas Menurut Ghazali (2013) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

2. Uji Prasyarat

- a. Uji Normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak.” (Juliandi & Irfan, 2013).
- b. Uji Linearitas juga dibutuhkan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Menurut Sinaga, Zulkifli, dan Harun (2019:130) uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS, menurut Priyanto (2010:73) adapun kriteria dalam uji linearitas adalah dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan ($\text{linearity} < 0,05$).

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah alat analisis untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara satu variabel terikat (kinerja karyawan) dengan variabel bebas (beban kerja). Berikut adalah persamaan regresi linier sederhana (Sudjana, 2004:412).

$$Y = a + bx$$

Dengan penjelasan sebagai berikut:

- Y = Kinerja Karyawan
- X = Beban Kerja
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi

4. Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk menguji apakah variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai variabel terikat dengan rumusan hipotesa sebagai berikut:

- $H_0 : b_1 = b_2 = 0$, artinya variabel bebas secara parsial (X) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).
- $H_1 : b_1 = b_2 \neq 0$, artinya variabel bebas secara parsial (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

5. Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel. Arah dinyatakan dalam positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu koefisien, suatu koefisien dikatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (pada taraf signifikansi 5%) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Beban Kerja

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,522	0,344	Valid
2	0,709	0,344	Valid
3	0,822	0,344	Valid
4	0,750	0,344	Valid
5	0,664	0,344	Valid
6	0,740	0,344	Valid
7	0,553	0,344	Valid
8	0,807	0,344	Valid
9	0,624	0,344	Valid
10	0,706	0,344	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2022

Berdasarkan pengujian dari olah data dengan menggunakan program komputer SPSS (*Statistical Product Standard Solution*) 25 for windows, maka diperoleh r hitung > dari r tabel = 0,344 (nilai r tabel untuk n= 35). Sehingga semua indikator dari variabel penelitian ini adalah valid.

Tabel 3. Uji Validitas Kinerja Karyawan

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,774	0,344	Valid
2	0,787	0,344	Valid
3	0,792	0,344	Valid
4	0,823	0,344	Valid
5	0,732	0,344	Valid
6	0,647	0,344	Valid
7	0,774	0,344	Valid
8	0,787	0,344	Valid
9	0,792	0,344	Valid
10	0,823	0,344	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2022

b. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kusioner dikatakan reliabel jika nilai chroncbach's alpha > 0,60 maka kusioner dinyatakan reliabel atau konsisten. Berikut hasil pengujian dari reliabilitas untuk kedua variabel :

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Chroncbach Alpha	Keterangan
Beban Kerja (X)	0,913	Reliabel
Kinerja Karyawan (Y)	0,944	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian reliabilitas menunjukkan semua variabel dalam penelitian ini reliabel karena diperoleh nilai koefisien *cronbach's alpha* (α) dari

variabel Beban Kerja yaitu 0,913 dan variabel Kinerja Karyawan yaitu 0,944 yang lebih besar dari 0,60.

1. Uji Prasyarat

Tabel 5. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

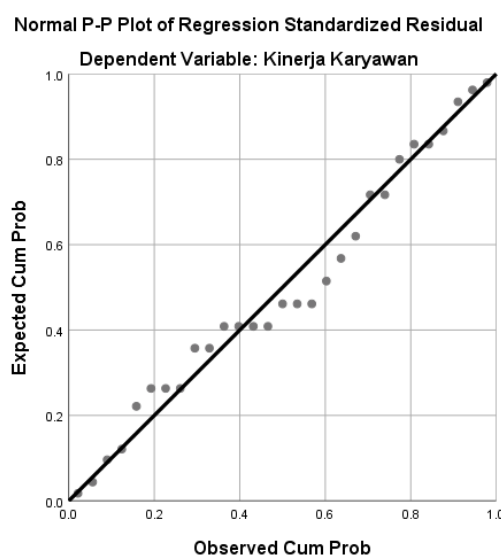
		Unstandardized Residual
N		29
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.44120798
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.126
	Negative	-.087
Test Statistic		.126
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2022

- a. Test distribution is Normal
- b. Calculated from data
- c. Lilliefors Significance Correction
- d. This is a lower bound of the true significance

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2-tailed) *Unstandarized Residual* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 atau $0,200 > 0,05$. Artinya, bahwa data diatas berdistribusi normal.

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2022

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa hasil uji normalitas adalah residual terdistribusi normal karena titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

- a. Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel Beban Kerja dengan variabel Kinerja Karyawan pada PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk, Witel Makassar Unit *Government And Enterprise Service (GES)*. Uji linearitas dapat dihitung dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS *Statistic 25 for windows*. Hasil uji linearitas tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

Variabel		Df	F_{hitung}	F_{tabel}	Keterangan
Bebas	Terikat				
X	Y	10:17	1,345	2,45	Linearitas

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji linearitas variabel Beban Kerja dengan Kinerja Karyawan menunjukkan koefisien F_{hitung} sebesar 1,345 yang dimana lebih kecil dari F_{tabel} sebesar 2,45 sehingga dengan demikian variabel Beban Kerja mempunyai hubungan linear dengan Kinerja Karyawan pada PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk, Witel Makassar Unit *Government And Enterprise Service (GES)*. Berdasarkan penghitungan tersebut, maka korelasi variabel bebas dengan variabel terikat adalah linear, sehingga analisis korelasi dapat dilanjutkan ke uji regresi.

2. Analisis Regresi Linear Sederhan

Hasil uji hipotesis dengan menggunakan analisi regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel 7

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel	Harga R			Harga t		Koefisien		Keterangan
	R_{hitung}	R_{tabel}	R^2	t_{hitung}	t_{tabel}	X	Y	
X-Y	0,902	0,344	0,814	12,022	1,689	0,989	3,028	Positif dan Signifikan

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas maka persamaan garis regresi dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = 3,028 + 0,989X$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi hasil taksiran bertanda positif. Hasil ini memberikan gambaran bahwa adanya hubungan yang positif dari beban kerja terhadap kinerja karyawan, yang berarti bahwa apabila setiap peningkatan beban kerja sebesar satu persen (%) maka variabel kinerja karyawan akan meningkat sebesar 0,989 (98,9%). Sebaliknya jika beban kerja turun, maka kinerja karyawan akan mengalami penurunan sebesar 0,989 (98,9%).

3. Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji- t digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Syarat diterimanya hipotesis apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikan $< 0,05$. Berikut ini adalah tabel hasil uji t :

Tabel 8. Hasil Uji t

		Coefficients ^a			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.028	3.224		.939	.354
	BebanKerja	.989	.082	.902	12.022	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai t_{hitung} adalah 12,022 dan t_{tabel} sebesar 1,689 pada taraf signifikansi 5%. Jika dibandingkan t_{tabel} dengan t_{hitung} maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($12,022 > 1,689$) yang berarti bahwa H_a diterima. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk, Witel Makassar Unit *Government And Enterprise Service (GES)*.

4. Analisa Koefisien Korelasi dan Determinasi

Berikut hasil analisis uji koefisien korelasi dan koefisien determinasi dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS V.25* :

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.902 ^a	.814	.808	2.24493	.814	144.539	1	33	.000

a. Predictors: (Constant), Beban Kerja

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2022

Melalui tabel di atas dapat diketahui r_{hitung} sebesar 0,902. Dapat diketahui bahwa koefisien korelasi menunjukkan nilai positif sebesar 0,902 (90,2%) yang artinya pengaruh Beban Kerja memiliki pengaruh positif dan hubungan yang sangat kuat. Sedangkan untuk koefisien determinasi (R Square / r^2) sebesar 0,814 (81,4%) berarti sebesar 81,4% variasi kinerja karyawan yang dapat dijelaskan oleh beban kerja. Adapun sisanya 18,6% dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis deskriptif responden, diketahui bahwa indikator pada variabel labelisasi halal memberikan skor tertinggi dengan pernyataan “adanya tulisan “halal” yang terdapat pada produk Wardah membantu saya mengidentifikasi produk sebelum melakukan pembelian” dengan jumlah skor 428 yang berada pada indeks Sangat Baik. Hal ini menandakan bahwa perusahaan Wardah Kosmetik sudah berhasil menerapkan strategi pemasaran berupa pencantuman labelisasi halal pada setiap produknya. Sehingga hal ini berdampak pada keputusan pembelian produk. Adapun skor yang paling rendah ada pada poin pertama indikator Pengetahuan Label Halal dengan pernyataan “Saya mengetahui bahwa bahan-bahan yang terdapat pada produk Wardah merupakan bahan yang teruji kehalalannya” ini menandakan bahwa mahasiswi tidak mengetahui pasti bahan atau komposisi yang terkandung dalam kosmetik wardah ini, yang terpenting menurut mereka cukup dengan label Halal pada produk wardah dalam mengidentifikasi dan mempertimbangkan mutu produk kosmetik yang ingin dibelinya. Hasil ini mendukung pendapat Satyahadi (2018), keberadaan label pada suatu produk sangatlah penting. Hal ini dikarenakan label merupakan identitas dari sebuah produk. Dengan dicantumkan label, konsumen bisa membedakan antara produk satu dengan yang lainnya. Selain itu, konsumen juga dapat memperoleh produk sesuai dengan yang diinginkannya. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu Premi Wahyu Widyiningrum (2016), Label Halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis deskriptif responden, skor yang paling rendah berada pada indikator *Expertise* (keahlian) dengan pernyataan “*Celebrity Endorser* terlihat sangat berpengalaman dalam memasarkan produk” yang artinya mahasiswi yang menjawab kurang setuju telah mengetahui bahwa masih banyak selebriti-selebriti yang mengiklankan kosmetik wardah belum ahli atau kurang berpengalaman dalam mempromosikan kosmetik tersebut. Hal itu bisa saja dikarenakan selebriti mengiklankan hanya sekedar mengiklankan saja tanpa pernah mencoba produk kosmetik wardah sebelumnya. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Brian Gumelar (2016) yang menyatakan bahwa *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah (studi pada Mahasiswi S1 Universitas Negeri Yogyakarta). Hal ini juga sesuai dengan teori Shimp (2003:460) yang berpendapat bahwa *celebrity endorser* yaitu menggunakan artis sebagai bintang iklan di media-media, mulai dari media cetak, media sosial, maupun media televisi. Penggunaan selebriti diharapkan dapat menarik perhatian konsumen dan membuat konsumen yakin, karena penggunaan selebriti biasanya mewakili karakteristik dari produk tersebut. Melalui selebriti yang digunakan timbulah persepsi konsumen tentang produk tersebut. Persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka (Chalimah dan Sakhowi, 2014).

3. Pengaruh Labelisasi Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, responden dengan skor menjawab tidak setuju berada pada indikator keyakinan yang menyatakan bahwa “Produk Wardah merupakan produk yang berkualitas yang membuat Saya ingin tetap membelinya”. Hal ini menandakan bahwa masih ada mahasiswi yang menjawab kurang yakin dengan

produk wardah sehingga mempertimbangkan banyak hal dalam melakukan keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Premi Wahyu Widyaningrum (2016) yang menyatakan bahwa Labelisasi Halal dan *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan secara positif terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah di Ponorogo). Jadi dapat disimpulkan bahwa Labelisasi Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen karena mahasiswa tidak hanya sekedar menggunakan atau mengkonsumsi barang atau kosmetik saja melainkan mereka melihat dari sisi kesehatan, kehalalan, kesucian dan baik yang mana akan berdampak langsung pada konsumen itu sendiri. *Celebrity Endorser* disini juga merupakan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian suatu produk dengan faktor-faktor yang mempengaruhi diantaranya: *Truthworthiness* (dapat dipercaya), *Expertise* (Keahlian), *Attractiveness* (daya tarik fisik), *Respect* (kualitas dihargai), *Similarity* (kesamaan dengan *Audience* yang dituju). Karena Apabila selebriti yang digunakan memiliki daya tarik, dan mampu menjelaskan keunggulan produk dengan baik, memiliki banyak penggemar dan citra yang positif, maka persepsi konsumen tentang produk tersebut akan baik pula. Keputusan pembelian adalah perihal yang berkaitan dengan segala keputusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan, difikirkan, dan sebagainya) terhadap pembelian suatu produk. Keputusan pembelian menurut Helga Drumood (2003:68) adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan ini dan memilih pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar).
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar).
3. Terdapat pengaruh antara Labelisasi Halal dan *Celebrity Endorser* secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar).

Saran

1. Memilih *celebrity endorser* yang tepat, dengan pemilihan selebriti yang tepat sesuai dengan karakteristik produk maka akan mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Seperti misalnya penggunaan selebriti dengan popularitas tinggi sehingga mampu membentuk citra yang baik di benak konsumen terhadap produk Wardah. Memilih *celebrity endorser* yang tepat, dengan pemilihan selebriti yang tepat sesuai dengan karakteristik produk maka akan mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Seperti misalnya penggunaan selebriti dengan popularitas tinggi sehingga mampu membentuk citra yang baik di benak konsumen terhadap produk Wardah.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lain dalam penelitian seperti *brand awareness*, *brand trust*, kualitas produk, dan sebagainya, serta diharapkan menggunakan model penelitian yang lain, agar lebih variatif.

V. DAFTAR PUSTAKA

- ANTARA NEWS. [https://www.antaranews.com/berita/2003853/kemenperin-industri-kosmetik-tumbuh-signifikan-pada-2020#:~:text=Jakarta \(ANTARA\) - Direktorat Jenderal,termasuk di dalamnya%2C tumbuh 9.](https://www.antaranews.com/berita/2003853/kemenperin-industri-kosmetik-tumbuh-signifikan-pada-2020#:~:text=Jakarta (ANTARA) - Direktorat Jenderal,termasuk di dalamnya%2C tumbuh 9.)
- Gumelar, B. 2016. Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. Universitas Negeri Ygyakarta.
- Helga Drumond, 2003, Metode Penelitian Bisnis, Jilid I, Edisi kelima, Erlangga.Jakarta.
- Kementerian Agama RI. 2008. Panduan Sertifikasi Halal. Kementerian Agama RI.
- Kotler, P., & Keller, K. 2009. Manajemen Pemasaran (13th ed.). Erlangga.
- Mahwiyah. 2013. Pengaruh Label Halal Terhadap Produk Makanan.UIN Syarif Hidayatullah.
- Makrufah, I. A. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Konsumen di Outlet Toserba Laris Kastasura).Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Purnomo, R. 2016. Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS. Wade Group.
- Qhardawi, Y. 2007. Halal dan Haram dalam Islam.Era Intermedia.
- Roscoe. 1982. Research Methods For Business. Dalam Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Satyadi, A. 2018. Pentingnya Penggunaan Label Pada Kemasan. Indonesia Print Media.<http://www.indonesiaprintmedia.com/pendapat/225-pentingnya-penggunaan-label-pada-kemasan.html>.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. 2000. Customer Behavior (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Shimp, T. 2003. Periklanan, Promo, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu (5th ed.). Airlangga.
- Sugiyono, M. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. CV. Alfabeta.
- Sumadi, S. 2016.Peran Kepercayaan Kepada Penjual dan Label Halal Terhadap Minat Beli Daging Halal. Benefit Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 1(2), 120–130.
- Widyaningrum, P. W. 2016. Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah di Ponorogo). Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, 2, 83–88.