



DIFFERENCES IN LEVELS OF KNOWLEDGE OF FSTP STUDENTS (FACULTY OF SCIENCE, TECHNOLOGY, AND EDUCATION) AND FEB (FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS) MUHAMMADIYAH LAMONGAN UNIVERSITY ABOUT CRITERIA HALAL OF SKINCARE PRODUCTS

*PERBEDAAN TINGKAT PENGETAHUAN MAHASISWA FSTP (FAKULTAS SAINS,
TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN) DAN FEB (FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH LAMONGAN TENTANG KRITERIA PRODUK
SKINCARE HALAL*

Received: 08/10/2023; Revised: 20/10/2023; Accepted: 01/12/2023; Published: 30/06/2024

Krisma Febrianti⁽¹⁾, Riana Prastiwi Handayani^{*(1,3)}, Sri Bintang Sahara Mahaputra Kusuma
Negara⁽¹⁾, Djati Wulan Kusumo^(2,3)

⁽¹⁾Program Studi D3 Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah
Lamongan

⁽²⁾Program Studi S1 Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah
Lamongan

⁽³⁾Halal Center Universitas Muhammadiyah Lamongan

*Corresponding author: rianaprastiwi@gmail.com

ABSTRACT

Skincare has become a daily necessity for students especially Muslims, who must pay attention to the halalness of the skincare products used, because it has been regulated in Islam regarding halal and haram consumption. Student knowledge greatly influences halal in the selection of skincare products to be used. This study aims to determine the difference in the level of knowledge of FSTP and FEB students at Muhammadiyah Lamongan University. The research design used is descriptive comparative with purposive sampling technique. Data collection was carried out prospectively, from collecting questionnaire data that met the inclusion and exclusion criteria. The research instrument used was a closed questionnaire consisting of respondents' personal data and statements related to the criteria for halal skincare products. The results obtained from this study are the level of knowledge in the good category at FSTP as much as 60.52% and FEB as much as 76.6%, the sufficient category at FSTP as much as 38.6% and FEB as much as 21.28%, the poor category at FSTP as much as 0.88% and FEB as much as 1.12%. The data obtained was then processed using SPSS with the Mann Whitney Test and obtained a p-value of 0.063 (> 0.05). In conclusion, there is a significant difference between the level of knowledge of FSTP and FEB regarding the criteria for halal skincare products.

Keywords: Skincare, Criteria of Halal, Level of Knowledge

ABSTRAK

Skincare sudah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi mahasiswa terutama muslim wajib memperhatikan kehalalan produk skincare yang digunakan, karena telah diatur dalam agama Islam mengenai konsumsi halal dan haram. Pengetahuan mahasiswa sangat memengaruhi kehalalan dalam pemilihan produk skincare yang akan digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan tingkat pengetahuan mahasiswa FSTP dan FEB Universitas Muhammadiyah Lamongan. Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif komparatif dengan teknik purposive sampling. Pengambilan data dilakukan secara prospektif, dari pengumpulan data kuesioner yang memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah tingkat pengetahuan dengan kategori baik pada FSTP sebanyak 60,52% dan FEB sebanyak 76,6%, kategori cukup pada FSTP sebanyak 38,6% dan FEB sebanyak 21,28%, kategori kurang pada FSTP sebanyak 0,88% dan FEB sebanyak 1,12%. Data yang didapat kemudian diolah menggunakan SPSS dengan Uji Mann

Whitney dan didapatkan *p*-value sebesar 0,063 ($>0,05$). Kesimpulannya terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat pengetahuan FSTP dan FEB tentang kriteria produk skincare halal.

Kata Kunci: Skincare, Kriteria Halal, Tingkat Pengetahuan

How to cite: Febrianti et. al. 2024. Differences In Levels Of Knowledge Of FSTP Students (Faculty Of Science, Technology, And Education) And FEB (Faculty Of Economics And Business) Muhammadiyah Lamongan University About Criteria Halal Of Skincare Products. *Journal of Halal Product and Research*. 7(1), 76-82, <https://dx.doi.org/10.192501/jhpr.vol.7-issue.1.76-82>

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam yang mencapai 87,18% (*Global Islamic Economy Gateway*, 2019). Agama Islam mengatur perilaku konsumsi pemeluknya tentang apa yang diperbolehkan (halal) dan apa yang dilarang (haram). Oleh karena itu, masyarakat Indonesia harus lebih memerhatikan kehalalan produk yang digunakan.

Skincare merupakan salah satu produk yang banyak digunakan oleh masyarakat akhir-akhir ini, karena masyarakat mulai sadar akan pentingnya melakukan perawatan diri. Perkembangan *skincare* halal tidak relevan dengan kesadaran masyarakat dalam menggunakan produk halal (Abd Rahman *et al.*, 2015). Pada hasil survei yang dilakukan *World Halal Forum* di Indonesia menggambarkan bahwa kesadaran halal terhadap produk perawatan diri masih rendah dengan persentase sebesar 18-22% (Kementerian Agama, 2013).

Hasil penelitian pada salah satu Kabupaten di Jawa Timur yakni Madiun, minat konsumsi produk halal hanya sebesar 42,8% (Setyowati dan Anwar, 2022). Sebuah penelitian di Surabaya menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Prodi Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya memiliki perhatian dengan persentase rendah pada indikator *attention* (perhatian) terhadap produk cream untuk penggunaan sehari-hari (Ningsih dan Nurlaela, 2016). Selain itu, berdasarkan hasil penelitian Aisyah (2016) yang dianalisis kepada 100 orang responden menyatakan bahwa 42% responden tidak memahami adanya potensi bahan non halal dan penggunaan bahan yang diperbolehkan dalam produk perawatan pribadi (*skincare*) (Aisyah, 2016).

Kondisi sebagian besar masyarakat Indonesia yang masih awam tentang *skincare*, cenderung kurang memerhatikan kandungan halal dan haram pada produk perawatan diri (*skincare*) serta cenderung sembarangan dalam menggunakan berbagai macam produk yang ada di pasaran. Kondisi ini disebabkan terutama karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman, yang menyebabkan kurangnya kesadaran dan ketidakpedulian oleh mayoritas masyarakat muslim Indonesia. Produk halal yang beredar di Indonesia sudah diatur oleh Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal (Pemerintah Indonesia, 2021). Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dibentuk di bawah naungan Kementerian Agama, yang secara teknis berperan dalam pengeluaran sertifikasi halal oleh BPJPH dengan pengujian halal oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Pemerintah Indonesia, 2021).

Universitas Muhammadiyah Lamongan merupakan kampus yang bertujuan menjadikan mahasiswanya menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman (*Islamic values*), belum pernah dilakukan penelitian tentang kriteria produk *skincare* halal. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan tingkat pengetahuan mahasiswa FSTP dan FEB Universitas Muhammadiyah Lamongan tentang kriteria produk *skincare* halal.

METODOLOGI

Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif komparatif yang bersifat prospektif. Penelitian ini bersifat prospektif dengan melakukan survei terhadap tingkat pengetahuan mahasiswa FSTP dan FEB Universitas Muhammadiyah Lamongan tentang kriteria produk *skincare* halal



menggunakan teknik *purposive sampling* sesuai kriteria inklusi dan eksklusi. Pengumpulan data dilaksanakan dengan mengurus surat izin ke LPPM Universitas Muhammadiyah Lamongan (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat). Selanjutnya dilakukan pengukuran tingkat pengetahuan responden dengan membagikan kuesioner berupa link *google form* untuk diisi oleh responden. Data pengetahuan responden didapatkan dari pengisian kuisisioner yang dilakukan pada Februari-Mei 2023.

Data diolah dengan metode *editing, coding, scoring, dan tabulating*. Perhitungan data diperoleh dari skor kuesioner, responden akan mendapatkan skor 1 jika jawaban benar dan skor 0 jika jawaban salah. Jumlah skor yang diperoleh pada setiap responden dipersentasekan dan dikategorikan ke dalam kategori baik jika persentase yang diperoleh 76-100, kategori cukup jika persentase yang diperoleh 56-75, dan kategori kurang jika persentase ≤ 55 . Kemudian dianalisis menggunakan *Mann Whitney Test* dengan SPSS 24 untuk mengetahui apakah kedua sampel memiliki perbedaan yang signifikan atau tidak.

HASIL

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Jumlah (Mahasiswa)	Persentase (%)
Usia	<20	112
	20	39
	>20	10
Jenis Kelamin	Laki-laki	44
	Perempuan	117
Fakultas	FSTP	114
	FEB	47

Pada tabel 1 terdapat 161 responden pada FSTP dan FEB Universitas Muhammadiyah Lamongan. Responden dengan usia <20 tahun memiliki persentase terbesar yaitu sebanyak 112 responden (70%). Responden berjenis kelamin perempuan memiliki persentase terbesar yaitu sebanyak 117 responden (73%). Responden yang berasal dari FSTP memiliki persentase terbesar yaitu sebanyak 114 responden (71%).

Tingkat Pengetahuan Responden

Tabel 2. Tingkat Pengetahuan

Kategori	Nilai (%)
Baik	76-100
Cukup	56-75
Kurang	≤ 55

Tabel 3. Pengetahuan Responden di FSTP

Fakultas	Tingkat Pengetahuan	Jumlah (Mahasiswa)	Persentase (%)
FSTP	Baik	69	60,52
	Cukup	44	38,6
	Kurang	1	0,88
Total		114	100



Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa di FSTP responden yang memiliki pengetahuan baik sebanyak 69 responden (60,52%), responden yang memiliki pengetahuan cukup sebanyak 44 responden (38,6%), dan responden yang memiliki pengetahuan kurang sebanyak 1 responden (0,88%).

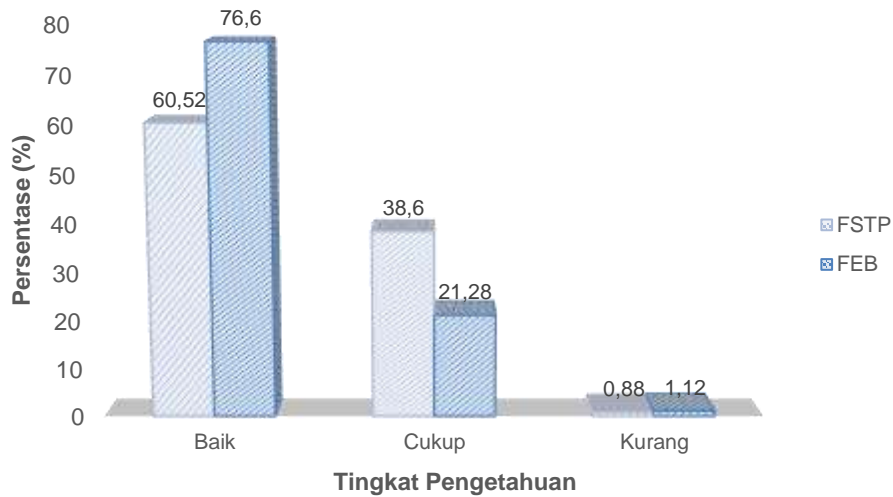
Tabel 4. Pengetahuan Responden di FEB

Fakultas	Tingkat Pengetahuan	Jumlah (Mahasiswa)	Jumlah (%)
FEB	Baik	36	76,6
	Cukup	10	21,28
	Kurang	1	1,12
Total		47	100

Analisis Perbedaan Tingkat Pengetahuan Responden

A. Perbedaan Tingkat Pengetahuan

Gambar 1. Diagram Perbedaan Tingkat Pengetahuan Mahasiswa FSTP dan FEB Universitas Muhammadiyah Lamongan pada bulan Februari-Mei 2023



Berdasarkan diagram di atas menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan mahasiswa FEB pada kategori baik lebih tinggi dibandingkan FSTP dengan selisih 16,08%, pada kategori cukup FSTP lebih tinggi dibandingkan FEB dengan selisih 17,32%, pada kategori kurang FEB lebih tinggi dibandingkan FSTP dengan selisih 0,24%.

B. Analisis Mann Whitney Test

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
FSTP	0,391	114	0,000	0,649	114	0,000
FEB	0,466	47	0,000	0,554	47	0,000

a. Lilliefors Significance Correction

Data diuji normalitas menggunakan taraf nyata 0,05 untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. Hasil yang didapatkan nilai Sig. pada kedua fakultas <0,05 sehingga

dapat dikatakan bahwa data tidak terdistribusi normal, maka langkah yang dilakukan selanjutnya adalah Uji *Mann Whitney*.

Tabel 6. Hasil Uji Mann Whitney terhadap Pengetahuan Responden di FSTP dan FEB

	Tingkat Pengetahuan
Mann-Whitney U	2265,500
Wilcoxon W	3393,500
Z	-1,858
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,063

a. Grouping Variable: fakultas

Hasil dianalisis menggunakan *Mann Whitney Test* terhadap data diperoleh *p-value* yaitu 0,063 sehingga dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara pengetahuan responden di FSTP dan FEB Universitas Muhammadiyah Lamongan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan keseluruhan mahasiswa dengan usia mulai dari 18 hingga 21 adalah pengguna *skincare*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Girindra dkk pada tahun 2018 dimana mahasiswa dengan rentang usia 18-22 memiliki citra tubuh yang tinggi sehingga memiliki pemikiran memperbaiki penampilan fisik untuk meningkatkan kepercayaan diri dengan penggunaan kosmetik atau *skincare* (Girindra et al, 2018). Sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 117 responden (72,7%). Hal ini disebabkan oleh jumlah mahasiswa FSTP dan FEB Universitas Muhammadiyah Lamongan lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki. Selain itu juga mahasiswi merupakan pelaku konsumsi *skincare* yang terbesar. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian Sari dan Indrarini tahun 2021 bahwa *skincare* telah menjadi kebutuhan mayoritas mahasiswi untuk menjaga kesehatan kulit. Hal tersebut disebabkan karena penampilan fisik menurut mahasiswi sangat penting terhadap sudut pandang seseorang yang dimana penampilan merupakan sesuatu yang pertama kali dilihat dan diidentifikasi secara langsung oleh seseorang atau dijadikan *first impression* terhadap individu tersebut (Wulan Sari dan Indrarini, 2021). Responden dari FSTP diketahui memiliki persentase yang lebih tinggi dibandingkan FEB ditinjau dari jumlah mahasiswa dengan persentase 71% FSTP dan 29% FEB.

Skor total tingkat pengetahuan 114 responden FSTP yang memiliki pengetahuan baik sebanyak 60,52%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan mahasiswa FSTP dalam kategori cukup, dimana hanya 60,52% responden yang memiliki pengetahuan baik. Sedangkan skor total tingkat pengetahuan 47 responden FEB yang memiliki pengetahuan baik sebanyak 76,6%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan mahasiswa FEB dalam kategori baik, dimana sebanyak 76,6% responden berpengetahuan baik.

Penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Nugrahaeni dkk pada tahun 2023 bahwa pengetahuan responden tentang *skincare* halal termasuk dalam kategori baik (Nugrahaeni, 2023). Hampir seluruh responden di FSTP dan seluruh responden di FEB mengetahui bahwa *skincare* halal adalah produk khusus perawatan kulit yang mengandung bahan halal atau tidak terdapat unsur haram maupun syubhat dalam *skincare* tersebut (MUI, 2013). Pemahaman mahasiswa dipengaruhi oleh cara berpikir yang rasional. Pemikiran Islam dibangun dengan mengadopsi cara dan berfikir filsafat telah memengaruhi pemahaman Islam pada sebagian kaum terpelajar yang mampu memahami konteks halal dengan pemikiran dan penalaran sesuai dengan bahasa dan kondisi zamannya (Arif, 2020). Tingginya persentase pengetahuan responden menunjukkan literasi halal pada mahasiswa sangat baik, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amrin dkk tahun 2022 bahwa literasi halal oleh mahasiswa sangat beragam baik di dalam maupun luar kampus (Amrin et al., 2022), serta tingkat literasi yang baik berbanding lurus dengan baiknya pengetahuan mahasiswa tentang *skincare* halal (Sari dan Pujiono, 2017).



Halal knowledge atau pengetahuan tentang produk halal dapat diartikan sebagai sebuah pemahaman seseorang terhadap konsumsi halal. Bukan hanya pemahaman terhadap halal haram saja, namun juga tentang bagaimana individu menafsirkan dan mempraktikkan ajaran Islam terkait halal haram (Setyaningsih, 2022). Pengetahuan mahasiswa dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal dapat berupa sikap dan kepribadian (terhadap produk halal, termasuk dari keinginan individu untuk belajar atau mempelajari) serta faktor eksternal yang berupa kebudayaan (lingkungan yang mengharuskan dia *aware* terhadap yang halal (Amrin *et al.*, 2022). Di antara faktor lingkungan tersebut adalah lingkungan dengan mayoritas Muslim yang mendorong individu untuk mempelajari lebih lanjut tentang produk halal. Faktor eksternal lain dalam proses edukasi adalah sosial budaya. Berkembangnya promosi produk halal, industri halal dan *halal lifestyle* membuat individu semakin belajar dan menambah pengetahuannya. Faktor eksternal yang memengaruhi salah satunya adalah lingkungan pendidikan yang turut mempengaruhi tingkat pengetahuan produk halal seseorang (Chairunnisyah, 2017). Pengaruh lingkungan responden yang mayoritas beragama Islam sehingga mampu mendorong seseorang untuk memilih sesuatu sesuai dengan ajaran agama dan mampu membedakan sesuatu yang *bathil* dan *haq* (Lailaturrohmah & Lutviyani, 2021).

Perbedaan tingkat pengetahuan mahasiswa FSTP dan FEB Universitas Muhammadiyah Lamongan pada kategori baik, persentase FEB (76,60%) lebih tinggi dibandingkan FSTP (60,52%). Pada kategori cukup, persentase FSTP (38,60%) lebih tinggi dibandingkan FEB (21,28%). Pada kategori kurang, persentase FEB (2,12%) lebih tinggi dibandingkan FSTP (0,88%). Hasil analisis diketahui *p-value* 0,063 dengan tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% atau 0,05 (Gio, 2014). *P-value* (0,063) lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi (0,05) menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik pada tingkat pengetahuan mahasiswa FSTP dan FEB Universitas Muhammadiyah Lamongan tentang kriteria *skincare* berlabel halal. Menurut penelitian Juliyanti dkk pada tahun 2021 pada mahasiswa FEB di Universitas Bengkulu dan mahasiswa FEBI di IAIN Bengkulu tidak menunjukkan perbedaan signifikan dalam mengkonsumsi produk halal, dengan basis keilmuan yang berbeda yaitu cenderung dilakukan edukasi tentang produk dan label halal di perguruan tinggi Islam, namun mahasiswa dari fakultas ekonomi dan bisnis perguruan tinggi umum juga memiliki perhatian yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan produk halal ini menjadi asas yang penting bagi siapapun di FEB (Juliyanti *et al.*, 2021). Selain itu, telah banyak jurnal ekonomi tentang *skincare*, kosmetik dan pengetahuan produk halal contohnya penelitian Wulan Sari dkk pada tahun 2021 dengan judul Analisis Perilaku Konsumsi Muslim dalam Berbelanja *Skin Care* Pada Mahasiswi di Pamekasan, penelitian Huda dkk pada tahun 2018 dengan judul Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim, dan lain-lain. Hal ini menunjukkan topik *skincare*, kosmetik, dan produk halal banyak dibahas pada fakultas tersebut. Sementara itu pada fakultas pendidikan, pemahaman produk halal dalam kategori rendah karena kurangnya kesadaran dan terbatasnya informasi mengenai pengetahuan mengenai konsep halal di lingkungan fakultas pendidikan (Alviah *et al.*, 2018).

KESIMPULAN

Tingkat pengetahuan tentang kriteria produk *skincare* halal pada FSTP dan FEB Universitas Muhammadiyah Lamongan dianalisis dengan *Mann Whitney Test* menghasilkan *p-value* 0,063 \geq 0,05 yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara pengetahuan responden di FSTP dan FEB Universitas Muhammadiyah Lamongan tentang kriteria produk *skincare* halal.

REFERENSI

- Abd Rahman, A., Asrarhaghighi, E., & Ab Rahman, S. (2015). Consumers and Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude and Intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148-163.
- Aisyah, M. (2016). Consumer Demand on Halal Cosmetics and Personal Care Products in Indonesia. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 9(1), 125-142.
- Alviah, A., Sugiarti, Y., & Handayani, M. (2018). Effects Of Knowledge About Halal Concept To Agroindustrial Technology Of Education Students' Lifestyle. *EDUFORTECH*, 3(1), 41-50.



- Retrieved from <http://ejournal.upi.edu/index.php/edufortech/indexEDUFORTECH3>
- Amrin, Supriyanto, & Ardiansyah, A. (2022). Analisis Literasi Halal Dalam Membentuk Gaya Hidup Islami Di Perguruan Tinggi Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta). *Fikrah: Journal of Islamic Education*, 6(1), 1-16.
- Arif, K. (2020). Konsep Moderasi Islam dalam Pemikiran. *Millah*, 19(2), 307-344.
- Chairunnisyah, S. (2017). Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Pada Produk Makanan dan Kosmetika. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(2), 64-75.
- Gio, P. (2014). Aplikasi Uji Mann-Whitney dalam Menentukan Ada Tidaknya Perbedaan Indeks Prestasi Kumulatif antara Mahasiswa Dominan Otak Kanan dan Mahasiswa Dominan Otak Kiri Di FMIPA USU. 1(2), 21-29.
- Girindra, A., Weliangan, H., & Pardede, Y. (2018). Citra Tubuh Dan Kepercayaan Diri Pada Mahasiswa Pengguna Kosmetik Wardah. *Jurnal Psikologi*, 11(2), 143-152.
- Global Islamic Economy Gateway. (2019). State of the Global Islamic Economy Report. DRIVING THE ISLAMIC ECONOMY REVOLUTION 4.0. Retrieved from www.SalaamGateway.com/SGIE19-20
- Huda, N., Hulmansyah, H., & Rini, N. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 2(2), 247-270.
- Juliyanti, A., Illahyana, R., Fikri, Z., Asnaini, A., & Yustati, H. (2021). Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Halal Pada Mahasiswa Di Kota Bengkulu. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, 4(03).
- Kementerian Agama. (2013). Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan Dalam Mengonsumsi Produk Halal.
- Lailaturrohmah, S., & Lutviyani, A. (2021). The effect of education on knowledge and attitudes in using halal cosmetic products. *Journal of halal product and research*, 4(2), 83.
- MUI. (2013). Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika dan Penggunaannya.
- Ningsih, A., & Nurlaela, L. (2016). Pengaruh Pengetahuan Kosmetika Dan Persepsi Mahasiswa Tata Riasterhadap Keputusan Pembelian Produk BB Cream Untuk Penampilan Diri. *e-Journal*, 05(01), 85-89.
- Nugrahaeni, F. (2023). Tingkat Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Kehalalan Kosmetik Di Kecamatan Duren Sawit DKI Jakarta. *Journal of Islamic Pharmacy*, 7(2), 119-122.
- Pemerintah Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Produk Halal
- Sari, E., & Pujiono, S. (2017). Budaya Literasi Di Kalangan Mahasiswa FBS UNY. *LITERA*, 16(1), 105-113.
- Setyaningsih, R. (2022). Isu Halal Internasional dan Regional. *Jurnal Kajian Wilayah*, 12(1), 121.
- Setyowati, A., & Anwar, M. (2022). Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun. *Lisan Al-Hal: Jurnal Pengembangan Pemikiran dan Kebudayaan*, 16(1), 108-124. Retrieved from <https://journal.ibrahimy.ac.id/index.php/lisanalhal>
- Wulan Sari, A., & Indrarini, R. (2021). Analisis Perilaku Konsumsi Muslim dalam Berbelanja Skin Care Pada Mahasiswi di Pamekasan. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(2), 50-63. Retrieved from <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>

