

PENGARUH LABEL NOMOR REGISTRASI BARANG KEAMANAN, KESELAMATAN, KESEHATAN, DAN LINGKUNGAN HIDUP (K3L) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK SEPRAI

Irma Listiani*
Kementerian Perdagangan

Email : irma_listiani28@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label nomor registrasi barang Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, dan Lingkungan Hidup (K3L) dan harga terhadap keputusan membeli produk sprai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan sampel sebesar 100 orang responden. Data yang terkumpul kemudian diuji validitas dan reliabilitas kemudian dianalisis dengan metode *Structural Equation Modelling* berbasis PLS versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label nomor registrasi Barang Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, dan Lingkungan Hidup (K3L) dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli produk sprai.

Keywords: label, registrasi, K3L, harga dan keputusan

The purpose of this study was to find out the influence of registration number label of Security, Safety, Health, and Environment, and also the products' price on consumer purchase decisions on bed sheet products. This research was quantitative study with 100 respondents. The collected data were then tested for validity and reliability, then analyzed using the Structural Equation Modeling method based on PLS version 3.0. The result of data analysis show that registration number label of Security, Safety, Health, and Environment and price has a positive and significant effect on consumer purchase decisions.

Keywords: label, price, consumer purchase decisions

*Tulisan ini merupakan pendapat pribadi penulis dan bukan cerminan sikap instansi dimana penulis bekerja. Penulis dapat dihubungi pada email: irma_listiani28@yahoo.com

PENDAHULUAN

Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar memiliki pertumbuhan perekonomian yang meningkat pada tahun 2021 dibanding tahun 2020. Pada triwulan III Tahun 2021 dibanding triwulan II Tahun 2021 maka ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 3,51 persen (per tahun) (BPS, 2021). Sektor pertambangan dan penggalian, perdagangan dan reparasi, konstruksi, industri pengolahan, dan pertanian berperan terhadap laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dari sisi perdagangan, pertumbuhan impor sebesar 30,11% (y-on-y) dan pertumbuhan ekspor barang dan jasa sebesar 29,16% (y-on-y). Berdasarkan data tersebut dapat dikatakan perdagangan di Indonesia dapat menghasilkan variasi produk yang diperdagangkan dengan bermacam cara serta dapat dikonsumsi oleh konsumen.

Undang – Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan menyebutkan pengertian perdagangan yaitu tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi Barang dan/atau Jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas Barang dan/atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Berdasarkan peraturan tersebut perdagangan terbagi menjadi dua yaitu perdagangan dalam negeri dan perdagangan luar negeri. Proses pertukaran barang baik di dalam maupun di luar negeri perlu campur tangan Pemerintah agar rakyat merasa aman, terlindungi, sejahtera dan terkendali. Untuk menjamin produk layak untuk diperdagangkan maka perlu adanya standarisasi produk. Standarisasi produk yang beredar akan menjamin kesehatan dan keselamatan pengguna produk (Humas BSN, 2016). Produk yang beredar perlu memiliki standar keselamatan agar resiko atau dampak negatif dari penggunaan suatu produk dapat dihindari. Keterjaminan kualitas suatu produk dapat dibuktikan dengan terpenuhinya standarisasi sehingga meningkatkan kualitas barang dan atau jasa serta dapat bersaing secara global (Herjanto, 2007). Untuk menghindari resiko atau dampak negatif serta menjamin keamanan, keselamatan, kesehatan dari mengkonsumsi suatu produk yang belum diatur dalam Standar Nasional Indonesia (SNI)

maka Kementerian Perdagangan pada tahun 2018 menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2018 terkait Penetapan dan Pendaftaran Barang Terkait dengan Keamanan, Keselamatan, Kesehatan dan Lingkungan Hidup (K3L).

Berdasarkan Perpres Nomor 63 Tahun 2018 maka produsen atau importir wajib mendaftarkan produk terkait K3L baik yang diproduksi dalam negeri ataupun luar negeri sebelum barang diedarkan. Barang terkait K3L terbagi menjadi dua jenis barang yang wajib didaftarkan yaitu barang yang mengandung bahan kimia berbahaya dan barang listrik dan elektronika. Dasar perumusan jenis barang listrik dan elektronik dikarenakan adanya bahaya kejutan listrik yang akan berdampak pada konsumen. Sedangkan penetapan jenis barang yang kandungan bahan kimia yang berbahaya dilakukan dikarenakan adanya kandungan bahan kimia yang berbahaya oleh pengguna. Pada tahun 2019 diterbitkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2019 tentang Metode Pengujian, Tata Cara Pendaftaran, Pengawasan, Penghentian Kegiatan Perdagangan dan Penarikan Barang Terkait Dengan Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, Dan Lingkungan Hidup.

Kemudian pada tahun 2021, Permendag Nomor 18 Tahun 2019 beralih ke Permendag Nomor 26 Tahun 2021 tentang Penetapan Standar Kegiatan Usaha dan Produk Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Perdagangan. Berdasarkan Permendag Nomor 26 Tahun 2021 huruf C disebutkan bahwa pelaku usaha yang wajib mendaftarkan barang K3L yaitu produsen dan importir yang memperjualbelikan barang terkait K3L Pada lampiran II huruf A dalam Permendag Nomor 26 Tahun 2021 disebutkan bahwa Barang yang terkait dengan K3L yang wajib didaftarkan terdiri dari Barang yang Mengandung Bahan Kimia Berbahaya dan Barang Listrik dan Elektronika. Barang Listrik dan Elektronika terdiri dari dua puluh dua nama/kelompok barang sedangkan Barang yang Mengandung Bahan Kimia Berbahaya terdiri dari dua puluh kelompok.

Salah satu komoditi yang termasuk barang yang mengandung bahan kimia berbahaya yaitu seprai. Berdasarkan Permendag Nomor 26 Tahun 2021 yang

dimaksud seprai yaitu seprai yang terbuat dari bahan kapas, dan atau campuran dari bahan kapas dan serat buatan, dan atau bahan serat buatan. Seprai dimasukkan kedalam kelompok barang yang mengandung bahan kimia berbahaya karena ditemukan produksi sprai yang menggunakan zat berbahaya untuk kesehatan. Sebagian besar seprai anti kusut atau kerut diproduksi melalui proses kimia yang terdiri dari formaldehida (Alper, 2015). Dalam jangka pendek maka penggunaan bahan formaldehida akan berpengaruh terhadap kesehatan seperti iritasi kulit dan masalah pernapasan. Pengaruh penggunaan formaldehida dalam jangka panjang yaitu penyakit kanker.

Untuk mengurangi dampak buruk dari zat yang terkandung dalam seprai maka produsen atau importir produk seprai wajib mendaftarkan barangnya melalui Sistem *Online Single Submission* (OSS) di bawah Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). Setelah produk didaftarkan maka pelaku usaha wajib untuk mencantumkan Nomor Registrasi Barang Keamanan, Kesehatan, Keselamatan, dan Lingkungan Hidup (K3L) pada sisi barang atau *packaging* sehingga dapat dilihat atau dibaca serta tidak dapat rusak, selama barang beredar di pasar.

Berdasarkan rumusan pokok masalah sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label nomor registrasi Barang Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, dan Lingkungan Hidup (K3L) terhadap keputusan pembelian seprai dan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian seprai.

Label Nomor Registrasi Barang Terkait Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, dan Lingkungan Hidup (K3L)

Telah terbit Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 terkait Penetapan dan Pendaftaran Barang Terkait dengan Keamanan, Keselamatan, Kesehatan dan Lingkungan Hidup (K3L). Selanjutnya diikuti dengan Permendag Nomor 18 Tahun 2019 tentang Metode Pengujian, Tata Cara Pendaftaran, Pengawasan, Penghentian Kegiatan Perdagangan dan Penarikan Barang Terkait Dengan Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, Dan Lingkungan Hidup (K3L) kemudian beralih

ke Permendag Nomor 26 Tahun 2021 tentang Penetapan Standar Kegiatan Usaha dan Produk Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Perdagangan.

Pada huruf C Permendag Nomor 26 Tahun 2021 disebutkan bahwa para produsen dan importir wajib untuk mendaftarkan Barang Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, dan Lingkungan Hidup (K3L). Pelaku usaha yang sudah mendaftarkan nomor registrasi Barang K3L wajib untuk membubuhi nomor Registrasi Barang K3L pada kemasan dan atau barang. Pencantuman nomor Registrasi Barang K3L harus mudah dilihat dan dibaca serta tidak dapat rusak, selama Barang beredar di pasar.

Registrasi Barang K3L XX-L-000111 atau XX-D-000111

Keterangan :

XX : tahun Penerbitan
L : produk Luar Negeri
D : produk Dalam Negeri
000111 : enam digit, nomor urut registrasi produk

Pencantuman label adalah wadah komunikasi antara produsen atau importir dengan konsumennya (Putri, 2017). Fungsi label menurut Kotler (2016) yaitu untuk mengidentifikasi produk atau merek, menilai produk, menggambarkan suatu produk, dan mempromosikan produk. Pencantuman nomor registrasi Barang K3L menunjukkan bahwa barang tersebut aman untuk digunakan oleh konsumen.

Harga Produk

Penetapan harga memiliki peran penting di dalam memasarkan barang atau jasa karena harga adalah komponen yang berdampak terhadap pendapatan total dan biaya total. Konsumen menggunakan harga sebagai indikator nilai pada saat menghubungkan harga dengan manfaat dari suatu produk. Greval dan Levy dalam Tjiptono dan Diana (2020) menyatakan bahwa harga merupakan pengorbanan yang dilakukan konsumen untuk mendapatkan produk ataupun jasa. Harga merupakan nilai dalam bentuk rupiah agar tercipta pertukaran atau

transaksi atau uang yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa (Shinta, 2011).

Variabel harga adalah variable yang memiliki pengaruh dominan terhadap intensi perpindahan merek (Ananda dalam Firmansyah, 2019). Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga merupakan pengorbanan yang dilakukan konsumen untuk memiliki barang atau jasa untuk dikonsumsi.

Pada saat penjual menawarkan harga barang atau jasa yang terjangkau kepada pelanggan maka akan tercipta kecenderungan pelanggan untuk berpindah merek. Harga berperan penting termasuk di dalam pertukaran pemasaran (Putri, 2017). Pertukaran terjadi jika harga sesuai dengan manfaat dan keinginan yang dirasakan konsumen.

Keputusan Membeli

Konsumen ketika akan membeli produk akan berpikir dahulu terkait produk yang akan dibeli baik dari segi harga, kualitas, kegunaan, dan sebagainya. Konsumen melakukan evaluasi untuk memilih produk yang akan dikonsumsi sehingga menghasilkan suatu keputusan. Keputusan pembelian didasari oleh perilaku konsumen (Rahmawati, 2016). Tjiptono dan Diana (2020) menyatakan bahwa perilaku konsumen mengacu pada dua perspektif utama yaitu: 1. tindakan manusia dalam rangka mencari solusi atas kebutuhan dan keinginannya, 2. disiplin ilmu yang menitik beratkan pada proses konsumsi yang dirasai oleh konsumen dalam mencukupi keinginan dan kebutuhannya. Firmansyah (2019) berpendapat bahwa pengambilan keputusan merupakan hasil dari proses mental atau kognitif yang menuju kepada pemilihan tindakan dari beberapa alternatif yang tersedia. Sejalan dengan pengertian tersebut, Amstrong dan Kotler (2012) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan sebuah proses dalam pengambilan keputusan ketika konsumen membeli barang atau jasa dari mulai pengenalan masalah hingga mengambil keputusan pembelian sehingga puas atau tidaknya dari produk tersebut. Berdasarkan beberapa pengertian maka

disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen dalam membeli produk berdasarkan informasi dan penilaian suatu produk.

Tjiptono dan Diana (2020) menyatakan bahwa proses pembelian dapat dikategorikan menjadi 3 (tiga) tahap utama yaitu tahap pra-pembelian, tahap konsumsi, dan tahap evaluasi purna beli. Proses pembelian ada tiga langkah yaitu mengenal masalah, mencari informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta perilaku pasca membeli (Kotler, 2016). Proses pembelian tersebut bisa saja tidak dilewati semuanya atau mungkin ada tahap yang terbalik. Hal ini bisa terjadi ketika konsumen telah membeli produk secara reguler maka konsumen bisa langsung membeli tanpa mencari informasi atau evaluasi setelah membeli. Tahapan akan dilewati jika konsumen sudah mengenal produk yang akan dibeli.

Kaitan Antara Label Nomor Registrasi K3L dan Keputusan Membeli

Anna (2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa labeling di kemasan mie instan berpengaruh positif terhadap keputusan pembeli. Kesadaran konsumen terhadap pembelian barang dan jasa makin meningkat dikarenakan tingginya peran media dan edukasi sebuah barang dan jasa. Salah satu kesadaran konsumen terhadap barang dan jasa yaitu label pada produk atau kemasan. Sejalan dengan penelitian tersebut, Dewanti *et al.* (2019) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mendasari konsumen dalam membeli helm yaitu menjaga mutu helm dengan berlabel SNI. Penelitian tersebut menyatakan bahwa toko atau distributor helm yang menjaga kualitas helm dan dibuktikan dengan label SNI akan mampu menarik pengendara roda dua dalam mengambil keputusan untuk membeli helm. Penelitian Sari, P (2021) menyatakan bahwa keputusan pembelian Aqua di Bandar Lampung dipengaruhi oleh pencantuman label ekolabel.

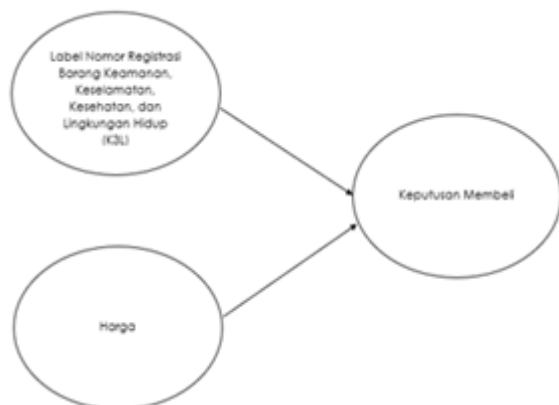
H - 1: terdapat pengaruh positif dan signifikan Pencantuman Label nomor registrasi barang K3L terhadap keputusan membeli produk sprai.

Kaitan Antara Harga Produk terhadap Keputusan Membeli

Tinggi atau rendahnya harga dapat menjadi faktor penentu bagi pembeli. Harga akan berdampak pada berpindah atau menetapkan konsumen dalam memutuskan untuk mengkonsumsi barang. Harga produk memiliki dampak positif juga signifikan pada keputusan membeli sprai RISE (Sari dan Prihatono, 2021). Penelitian Kurniawan (2018) menyimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen pada JNE Jl. Glogahsari No. 62 Yogyakarta dipengaruhi oleh harga. Hal ini menunjukkan bahwa semakin konsumen diberikan harga terbaik maka keputusan membeli akan meningkat. Harga merupakan faktor yang terlebih dahulu dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian. Sejalan dengan penelitian tersebut, Arianto (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian.

H - 2: terdapat pengaruh positif dan signifikan harga produk terhadap keputusan membeli produk sprai.

Berdasarkan penjelasan Hipotesis di atas, sehingga model penelitian berikut dibangun.



Gambar 1. Skema Perumusan Hipotesis Penelitian
Sumber: dikembangkan dari penelitian terdahulu

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan menguji kembali dari sebuah teori atau hasil penelitian sebelumnya agar menghasilkan penelitian yang dapat memperkuat atau

menggugurkan hasil penelitian atau teori sebelumnya (Suliyanto, 2018). Suliyanto (2018) mendefinisikan Penelitian Kuantitatif merupakan penelitian berdasarkan pada data kuantitatif yang berupa bilangan atau angka. Teknik *non-probability* sampling digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini. *Accidental sampling* digunakan dalam penelitian ini yaitu cara pengambilan sampel berdasarkan *insidental* atau kebetulan, yang berarti setiap orang yang insidental berjumpa dengan peneliti sehingga setiap orang dapat dijadikan sebagai sampel, jika setiap orang yang secara tidak sengaja ditemui itu cocok dijadikan sumber data (Sugiyono, 2018).

Rumus Lemeshow (1997) digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan jumlah minimal responden dalam penelitian ini, hal ini disebabkan tidak diketahuinya jumlah populasi. Berikut perhitungan menggunakan rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standar = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = sampling error (10%) atau alpha (0,10)

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,10^2} \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas didapat jumlah minimal sampel responden yang dibutuhkan yaitu 96 orang responden kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner dengan menggunakan aplikasi Google Formulir yang diberikan secara langsung kepada responden dengan menggunakan media aplikasi *WhatsApp*. Pernyataan kuesioner dalam penelitian ini dibentuk dalam skala *Likert* untuk mengukur respon seseorang tentang suatu objek sosial (Suliyanto, 2018). Rentang skor yang digunakan dimulai dari angka 1 guna mewakili pernyataan sangat tidak setuju sehingga angka lima guna

mewakili pernyataan sangat setuju (Sugiyono, 2018).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini memakai metode *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak statistik pendukungnya yaitu SmartPLS 3.0. Analisis terhadap model pengukuran dilakukan dengan memeriksa nilai *validitas konvergen*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*. Sedangkan model struktural dilakukan dengan uji *R-squared* (R^2), *effect size* (f^2), dan *predictive relevance* (Q^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini memakai *google formulir* untuk mempermudah para responden dalam mengisi lembar jawaban. Hasil penyebaran kuesioner didapat sebanyak 100 orang responden yang sudah menjawab kuesioner dari periode 28 Januari – 12 Februari 2022. Tabel 1 menyajikan karakteristik responden, dimana mayoritas responden berada di rentang usia 31 – 40 Tahun (64%). Sebagian besar jenis kelamin responden adalah perempuan (81%). Dari segi pendidikan, responden terbanyak berpendidikan S1 (51%) serta pekerjaan paling banyak ASN sebesar 38%.

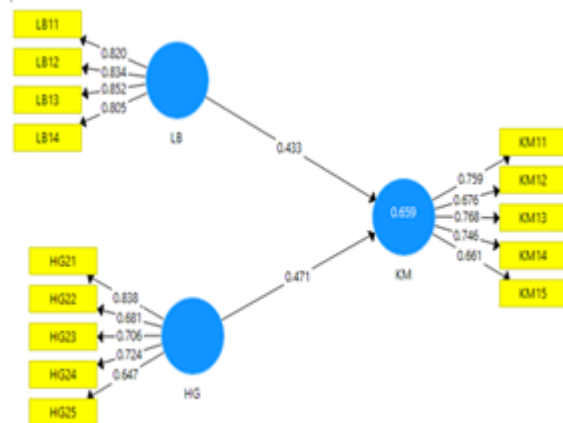
Tabel 1. Profil Responden

| Karakteristik | Kategori Jawaban | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------|------------------|------------------|------------|
| Usia | 21 - 30 Tahun | 10 | 10% |
| | 31 - 40 Tahun | 64 | 64% |
| | 41 - 50 Tahun | 22 | 22% |
| | > 51 Tahun | 4 | 4% |
| Jenis kelamin | Laki - Laki | 19 | 19% |
| | Perempuan | 81 | 81% |
| Pendidikan | SMA | 9 | 9% |
| | Diploma | 22 | 22% |
| | S1 | 51 | 51% |
| | S2 | 18 | 18% |
| Pekerjaan | Pegawai BUMN | 5 | 5% |
| | Pegawai Swasta | 23 | 23% |
| | ASN | 38 | 38% |
| | Wirusaha | 3 | 3% |
| | Lain - Lain | 31 | 31% |

Sumber: Data primer diolah (2022)

Analisis Data Penelitian

Di bawah ini disajikan model pengukuran (*outer model*) dari masing – masing variabel yang dipakai pada penelitian ini. Selanjutnya, ditampilkan model pengukuran (*outer model*) berdasarkan tiap - tiap variabel yang dipakai pada penelitian ini.



Gambar 2. Diagram Jalur Model Awal
Sumber: data primer diolah (2022)

Confirmatory factor analysis dipakai untuk menguji validitas dan reliabilitas tiap – tiap indikator dari setiap dimensi yang terbentuk variabel laten. Berdasarkan olahan data menggunakan *software* SmartPLS 3.0, parameter uji validitas konvergen diketahui berupa *outer loading* dan AVE. Dihasilkan *outer loading* yang dihasilkan yaitu:

Tabel 2. *Outer Loading*

| | LB | HG | KM |
|------|-------|-------|-------|
| LB11 | 0.820 | | |
| LB12 | 0.834 | | |
| LB13 | 0.852 | | |
| LB14 | 0.805 | | |
| HG21 | | 0.838 | |
| HG22 | | 0.681 | |
| HG23 | | 0.706 | |
| HG24 | | 0.724 | |
| HG25 | | 0.647 | |
| KM11 | | | 0.759 |
| KM12 | | | 0.676 |
| KM13 | | | 0.768 |
| KM14 | | | 0.746 |
| KM15 | | | 0.661 |

Sumber: Data primer diolah (2022)

Tabel 2. menunjukkan bahwa terdapat nilai faktor loading dari indikator memiliki nilai lebih kecil dari 0,70. Hal ini menyebabkan indikator tersebut tidak valid sebagai alat ukur, kemudian dilakukan *re-estimasi* yang dapat ditunjukkan sebagai berikut:



Gambar 3. Diagram Jalur Re-estimasi
Sumber: Data primer diolah (2022)

Tabel 3. *Outer Loading* Hasil Re-estimasi

| | LB | HG | KM |
|------|-------|-------|-------|
| LB11 | 0.816 | | |
| LB12 | 0.841 | | |
| LB13 | 0.853 | | |
| LB14 | 0.802 | | |
| HG21 | | 0.758 | |
| HG22 | | 0.869 | |
| HG24 | | 0.807 | |
| KM11 | | | 0.873 |
| KM13 | | | 0.805 |
| KM14 | | | 0.893 |

Sumber: Data primer diolah (2022)

Tersaji di bawah ini yaitu nilai AVE berdasarkan *outer loading* hasil re-estimasi.

Tabel 4. Uji Validitas Konvergen Berdasarkan Nilai AVE

| | Average Variance Extracted (AVE) |
|----|----------------------------------|
| HG | 0.660 |
| KM | 0.736 |
| LB | 0.686 |

Sumber: Data primer diolah (2022)

Tabel 4. menunjukkan nilai AVE bernilai di atas 0,5. Nilai AVE tersebut menggambarkan bahwa secara rata – rata informasi yang terdapat pada tiap - tiap indikator dapat tercermin sebesar 60% dan 70%.

Selanjutnya dilakukan evaluasi melalui *discriminant validity*. *Discriminant validity* melalui parameter *cross loading* terlihat di bawah ini pada tabel 5.

Tabel 5. *Discriminat validity* melalui parameter *cross loading*

| | HG | KM | LB |
|------|-------|-------|-------|
| HG21 | 0.758 | 0.416 | 0.356 |
| HG22 | 0.869 | 0.612 | 0.495 |
| HG24 | 0.807 | 0.545 | 0.586 |
| KM11 | 0.588 | 0.873 | 0.536 |
| KM13 | 0.433 | 0.805 | 0.552 |
| KM14 | 0.650 | 0.893 | 0.516 |
| LB11 | 0.492 | 0.471 | 0.816 |
| LB12 | 0.499 | 0.483 | 0.841 |
| LB13 | 0.597 | 0.553 | 0.853 |
| LB14 | 0.392 | 0.539 | 0.802 |

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 5 terlihat semua indikator terhadap konstruksinya memiliki nilai di atas 0,70 sehingga berkorelasi lebih tinggi dengan masing – masing konstruksinya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masing - masing konstruk telah memenuhi kriteria *discriminant validity* dengan menggunakan parameter *cross loading* karena nilai korelasinya terhadap konstruksinya sendiri lebih besar dibandingkan nilai korelasinya terhadap konstruk lainnya.

Reliabel sebuah pengukuran jika nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

memiliki nilai di atas 0.70. Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di seluruh variabel telah memiliki nilai di atas 0,70 yang berarti bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini sudah valid dan reliabel.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>Composite Reliability</i> |
|----------|-------------------------|------------------------------|
| HG | 0.745 | 0.853 |
| KM | 0.820 | 0.893 |
| LB | 0.848 | 0.897 |

Sumber: Data primer diolah (2022)

Inner Model

Pada Tabel 7 di bawah, menunjukkan variabel dari keputusan membeli mempunyai *R-square* sebesar 0,512 dan nilai *R-Square Adjusted* sebesar 0,502 yang berarti pengaruhnya adalah sedang. Label Nomor Registrasi Barang K3L dan harga mampu menerangkan variabel keputusan membeli sebesar 51,2%, sedangkan sisanya adalah pengaruh selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji R-Square (R²)

| | <i>R Square</i> | <i>R Square adjusted</i> |
|----|-----------------|--------------------------|
| KM | 0.512 | 0.502 |

Sumber: Data primer diolah (2022)

Tabel di bawah ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel label nomor registrasi Barang K3L terhadap keputusan membeli dengan nilai 0,165 yang berarti memiliki pengaruh sedang. Harga juga memiliki pengaruh sedang terhadap keputusan membeli dengan nilai 0,259.

Tabel 8. Hasil Uji Effect Size (f²)

| | HG | KM | LB |
|----|----|-------|----|
| HG | | 0.259 | |
| KM | | | |
| LB | | 0.165 | |

Sumber: Data primer diolah (2022)

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan melihat nilai *t-value* yang menunjukkan hubungan yang diestimasi. Koefisien jalur antar variabel disebut signifikan secara statistik dengan menggunakan tabel distribusi. Penentuan derajat bebas (*degree of freedom*) untuk penyebut di *t-tabel* berdasarkan dengan menggunakan rumus:

$$db = N - k$$

Keterangan:

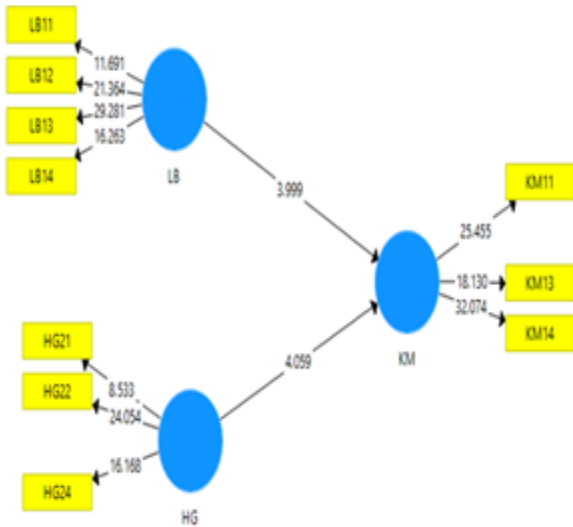
- db = derajat kebebasan
- N = jumlah pengamatan dalam sampel
- k = jumlah variabel bebas dan terikat

Jadi

$$db = 100 - 3 = 97$$

sehingga pada tabel T terletak antara db 60 dan 120 maka dapat menggunakan db 120

Tingkat kesalahan atau *significance level* pada penelitian ini yaitu < 0,05, sehingga didapatkan *t-tabel* sebesar 1,980. Pada Gambar 4. menunjukkan gambar hipotesis uji olah *bootstraping*.



Gambar 4. Uji Hipotesis
Sumber: Data primer diolah (2022)

Uji *direct effect* dilakukan dalam penelitian ini untuk melihat pengaruh langsung dari variabel eksogen terhadap variabel endogen. Tabel 9. merupakan nilai dari *direct effect* antar variabel, dari besarnya *t-statistics* yang didapat, sehingga disimpulkan semua variabel signifikan.

Tabel 9. Hasil bootsraping Direct Effet

| | β | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T Statistics (O /STDEV) | P Values | Keterangan |
|----------|---------|-----------------|----------------------------|---------------------------|----------|------------|
| HG -> KM | 0.444 | 0.445 | 0.109 | 4.059 | 0.000 | Signifikan |
| LB -> KM | 0.355 | 0.361 | 0.089 | 3.999 | 0.000 | Signifikan |

Sumber: Data primer diolah (2022)

Label Nomor Keamanan, Keselamatan, Kesehatan dan Lingkungan Hidup (K3L) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli produk spre

Penelitian ini ditemukan yaitu Label Nomor Registrasi Barang K3L memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli. Hal ini dapat dilihat dari nilai *T-statistics* sebesar 3,999 yang berarti lebih besar dari 1,980 sehingga kedua variabel memiliki hubungan yang signifikan. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Anna, A. F (2013), Dewanti *et al* (2019) dan Sari (2021) yang

menyatakan bahwa label memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli.

Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli sprai

Hasil penelitian ini menemukan bahwa harga memberikan pengaruh positif terhadap keputusan membeli sehingga hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Prihatono dan Sari (2021), Kurniawan (2018), Arianto (2020). Hasil tersebut dapat dilihat dari nilai *t-statistics* memiliki angka 4,059 yang berarti lebih besar dari 1,980 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan.

KESIMPULAN

Penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 (seratus) orang responden, sehingga bisa disimpulkan hal - hal sebagai berikut:

- Label nomor registrasi Barang Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, dan Lingkungan Hidup (K3L) berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan dalam membeli produk spre.
- Hasil penelitian juga membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli produk spre.
- Berdasarkan hasil *R-square* dapat disimpulkan bahwa Label Nomor Registrasi Barang K3L serta harga dapat menerangkan variabel keputusan konsumen untuk membeli sprai sebesar 51,2%, sementara itu sisanya adalah pengaruh selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis sehingga dapat ditarik kesimpulan yaitu semua hipotesis dapat diterima.

REFERENSI

Alper, L. P. (2015). *Mom detective: Is there formaldehyde in your bedsheets?. Retrieved 07 Februari 2022.* From [Www.Momscleanairforce.Org.](https://www.momscleanairforce.org/wrinkle-free-formaldehyde/)
<https://www.momscleanairforce.org/wrinkle-free-formaldehyde/>

Amstrong, Gary; Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benjamin Molan.* Prenhalindo.

- Anna, A. . (2021). Pengaruh labeling terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek indomie di kelurahan tuah karya kecamatan tampan pekanbaru [UIN Sultan Syarif Kasim Riau]. <http://repository.uin-suska.ac.id/1796/>
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12–22. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/4075>
- BPS. (2021). *Ekonomi Indonesia Triwulan III 2021 Tumbuh 3,51 Persen (y-on-y)*. Retrieved 30 Januari 2022. From [Www.Bps.Go.Id](http://www.bps.go.id). <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/11/05/1814/ekonomi-indonesia-triwulan-iii-2021-tumbuh-3-51-persen-y-on-y.html>
- Dewanti, H. E., Auliyah, A., Baktiono, R. A., & Artaya, I. P. (2019). ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM SNI BAGI PENGENDARA RODA DUA MENGGUNAKAN PENDEKATAN UJI CATEGORICAL. 1–8. https://www.researchgate.net/publication/331297058_ANALISIS_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_HELM_SNI_BAGI_PENGENDARA_RODA_DUA_MENGGUNAKAN_PENDEKATAN_UJI_CATEGORICAL
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning & strategy)*. CV Penerbit Qiara Media.
- Herjanto, E. (2007). Analisis perkembangan SNI bidang tekstil dan produk tekstil. *Jurnal Standardisasi*, 9(3), 116–122. <http://js.bsn.go.id/index.php/standardisasi/article/view/685>
- Humas BSN. (2016). *SNI: Jaminan Keselamatan Pengguna Produk*. Retrieve 30 Januari 2022. From [Www.Bsn.Go.Id](http://www.bsn.go.id). https://www.bsn.go.id/main/berita/berita_det/7755/SNI--Jaminan-Keselamatan-Pengguna-Produk
- Kotler, P. (2016). *Dasar – dasar pemasaran*. Bumi aksara.
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 73–82. <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/328>
- Lemeshow. (1997). *Besar sampel dalam penelitian kesehatan*. Gadjah mada university press.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2019 Tentang Metode Pengujian, Tata Cara Pendaftaran, Pengawasan, Penghentian Kegiatan Perdagangan Dan Penarikan Barang Terkait Dengan Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, Dan Lingkungan Hidup*.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2021 Tentang Penetapan Standar Kegiatan Usaha Dan Produk Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Perdagangan*.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia. (2018). *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2018 Tentang Penetapan dan Pendaftaran Barang Terkait Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, dan Lingkungan Hidup*.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen pemasaran*. Mulawarman University Press.
- Sari, P. (2021). *Pengaruh pengetahuan label ramah lingkungan (ecolabel) terhadap keputusan pembelian konsumen dalam perspektif bisnis syariah (studi pada konsumen aqua di Bandar Lampung)* [UIN Raden Intan Lampung]. http://repository.radenintan.ac.id/16478/2/SKRI_PSI_1-2.pdf
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1573>
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta Bandung.
- Suliyanto. (2018). *Metode penelitian bisnis*. CV. Andi Offset.
- Tijptono, Fandi dan Diana, A. (2020). *Pemasaran*. CV Andi Offset.
- Undang - Undang Republik Indonesia. (2014). *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan*.