

## ABSTRAK

Ryma Dwi Ananda Septiani, 17402153323, “Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Image*, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Tulungagung”. Jurusan Ekonomi Syariah, IAIN Tulungagung 2019, Pembimbing Lantip Susilowati, S.Pd, M.M.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh berkembangnya kebutuhan mendasar wanita muslim akan kecantikan, sehingga berdampak pada maraknya peredaran berbagai macam jenis kosmetik. Mereka tidak berani meninggalkan nilai-nilai ke Islaman dalam hal cara mengonsumsi kosmetik. Maka sebagai mahasiswi IAIN Tulungagung, ibu-ibu rumah tangga, dan pegawai swasta/negeri di Kota Tulungagung yang pengguna kosmetik yang identik dengan berpenampilan menarik yang tentunya harus lebih berhati-hati dalam memilih produk kosmetik dengan mempertimbangkan manfaat yang diperoleh, keamanan produk dan berbagai faktor lainnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk menguji pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di Kota Tulungagung. 2) Untuk menguji pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di Kota Tulungagung. 3) Untuk menguji pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di Kota Tulungagung. 4) Untuk menguji pengaruh gaya hidup, *brand image*, dan label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di Kota Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berjenis asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswi IAIN Tulungagung, ibu-ibu rumah tangga, pegawai swasta/negeri di kota Tulungagung yang menggunakan kosmetik Wardah lebih dari satu kali. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling*. Metode analisis dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan reliabilitas data, uji normalitas data, uji asumsi klasik, uji T, uji F, uji regresi linear berganda dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Gaya hidup secara parsial pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Kota Tulungagung. 2) *Brand image* secara parsial pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah di Kota Tulungagung. 3) Label halal secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah di Kota Tulungagung. 4) Gaya hidup, *brand image*, dan label halal secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah di Kota Tulungagung.

Kata kunci: Gaya Hidup, *Brand Image*, Label Halal, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

Ryma Dwi Ananda Septiani, 17402153323, “**The Influence of Lifestyle, Brand Image, and Halal Labels Towards the Decision of Purchasing Wardah Cosmetics in the City of Tulungagung**” Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Syariah Economics, State Islamic Institute (IAIN) of Tulungagung 2019. Advisor: Lantip Susilowati, S.Pd, M.M.

This research is motivated by the development of the basic needs of Muslim women for beauty, which has an impact on the widespread circulation of various types of cosmetics. They do not dare to leave the values to Islam in terms of how to consume cosmetics. So as a student of IAIN Tulungagung, housewives, and private/state employees in the city of Tulungagung who are cosmetics and are eager to beautify themselves with the attractive look, of course, they must be more careful in choosing cosmetic products by considering the benefits obtained, product safety and various other factors.

The purpose of this research is 1) To test the influence of lifestyle towards the decision of purchasing wardah cosmetics in the city of Tulungagung. 2) To test the influence of *brand image* towards the decision of purchasing wardah cosmetics in the city of Tulungagung. 3) To test the influence of halal labels towards the decision of purchasing wardah cosmetics in the city of Tulungagung. 4) To test the influence of lifestyle, brand image, and halal labels towards the decision of purchasing wardah cosmetics in the city of Tulungagung.

Used associative quantitative approach. The population in this research were IAIN Tulungagung students, housewives, private/state employees in the city of Tulungagung who used Wardah cosmetics more than once. The sampling technique used is the *nonprobability sampling* technique. The analysis method in this research is to test the validity and reliability of the data, the normality test of the data, the classic assumption test, the T test, the F test, the multiple linear regression test and the coefficient of determination (R<sup>2</sup>).

The results of this research indicate that 1) Lifestyle is partially positive and synergistic influence on the purchase decision of Wardah cosmetic products in the City of Tulungagung. 2) *Brand image* partially positive and significant influence on Wardah cosmetics purchasing decisions in the City of Tulungagung. 3) Halal labels partially have a positive and insignificant effect on Wardah's cosmetics purchasing decisions in the City of Tulungagung. 4) Lifestyle, *brand image*, and halal labels simultaneously have a positive and significant influence on Wardah's cosmetic purchasing decisions in the City of Tulungagung.

**Keywords:** Lifestyle, Brand Image, Halal Label, Purchasing Decision.