

ABSTRAK

Desi Rimika Amanda Sari, 17402153330, *Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung*, Jurusan Ekonomi Syariah, IAIN Tulungagung 2019, Pembimbing: Lantip Susilowati, S.Pd., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya kebutuhan manusia yang semakin berkembang salah satunya adalah kebutuhan perempuan muslim akan kosmetik. Mereka ingin mengikuti perkembangan jaman tanpa meninggalkan kewajibannya. Oleh karena itu saat ini industri kosmetik sedang membuat inovasi baru untuk memenuhi tantangan tersebut. Sebagai mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang dikenal memiliki *fashion* yang beragam serta penampilan menarik. tentunya akan mempunyai banyak pertimbangan dalam memilih produk kosmetik.

Tujuan dalam penelitian ini adalah 1) Untuk menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. 2) Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. 3) Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. 4) Untuk menganalisis pengaruh label halal, harga dan citra merek secara bersama-sama keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berjenis asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung yang menggunakan kosmetik Wardah lebih dari satu kali. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Label halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. 2) Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. 3) Citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. 4) Label halal, harga, dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

Kata Kunci: Label Halal, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Desi Rimika Amanda Sari, 17402153330, *The Influence of Halal Labels, Prices, and Brand Image on Wardah Cosmetic Products Purchase Decisions on Students Faculty of Economics and Islamic Business State Islamic Institute Tulungagung*, Islamic Economics Department, Tulungagung IAIN 2019, Advisor: Lantip Susilowati, S.Pd, M.M.

This research is motivated by the growing human needs, one of which is the need for Muslim women for cosmetics. They want to keep abreast of the times without leaving their obligations. Therefore, the cosmetics industry is currently making new innovations to meet these challenges. As a student of the Faculty of Economics and Business in Islam, which is known to have diverse fashion and attractive appearance.

The purpose of this study is 1) To analyze the effect of halal labels on the decision to purchase Wardah cosmetic products at the Student of the Faculty of Economics and Islamic Business State Islamic Institute Tulungagung. 2) To analyze the effect of prices on purchasing decisions on Wardah cosmetic products at the Student Faculty of Economics and Islamic Business State Islamic Institute Tulungagung. 3) To analyze the influence of brand image on the decision to purchase Wardah cosmetic products at the Student Faculty of Economics and Islamic Business State Islamic Institute Tulungagung. 4) To analyze the influence of halal, price and brand image labels together with the decision to purchase Wardah cosmetic products at the Student Faculty of Economics and Islamic Business State Islamic Institute Tulungagung.

The research method used in this study is an associative quantitative approach. The population in this study were female students of the Faculty of Economics and Business State Islamic Institute Tulungagung who used Wardah cosmetics more than once. The sampling technique used is nonprobability sampling technique with a type of purposive sampling. While the data analysis techniques use multiple linear regression analysis techniques.

The results of this study indicate that 1) Halal labels partially have a positive and significant effect on purchasing decisions on Wardah cosmetic products at the Student Faculty of Economics and Islamic Business State Islamic Institute Tulungagung. 2) Prices partially have a positive and significant effect on the decision to purchase Wardah cosmetic products at the Student Faculty of Economics and Islamic Business State Islamic Institute Tulungagung. 3) Partial brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions of Wardah cosmetic products at the State Islamic Institute Tulungagung Faculty of Economics and Islamic Business student. 4) Halal labels, prices, and brand image simultaneously have a positive and significant effect on the decision to purchase Wardah cosmetic products at the State Islamic Institute Tulungagung Faculty of Economics and Islamic Business student.

Keywords: Halal Label, Price, Brand Image, Purchasing Decision