

ABSTRAK

Skripsi dengan Judul “Analisis Pengaruh Beauty Vlogger, Brand Image, Iklan dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Beli Produk pada Mahasiswi IAIN Tulungagung” yang ditulis oleh Ria Wigati, NIM 12402173648, Pembimbing Elok Fitriani Rafikasari, M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan keinginan wanita untuk tampil lebih cantik dan sempurna. Oleh sebab itu, para wanita dihadapkan pada berbagai faktor dalam pengambilan keputusan pembelian produk kosmetika. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji adanya pengaruh beauty vlogger, brand image, iklan dan labelisasi halal terhadap keputusan beli produk kecantikan.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis asosiatif dimana pada penelitian ini dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Dengan menyebarluaskan kuesioner kepada 100 responden mahasiswi IAIN Tulungagung. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa yang berpengaruh signifikan secara parsial adalah variabel brand image dan iklan. Sedangkan secara simultan variabel beauty vlogger, brand image, iklan dan labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli produk kecantikan dengan total pengaruh sebesar 48,4%. Hal ini membuktikan bahwa, keputusan beli produk kecantikan tidak hanya dipengaruhi oleh keempat variabel tersebut namun juga dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

Kata Kunci : Beauty Vlogger, Brand Image, Iklan, Labelisasi Halal.

ABSTRACT

Thesis entitled "Analysis of the Effect of Beauty Vlogger, Brand Image, Advertisement and Halal Labeling on the Decision to Buy Products for IAIN Tulungagung Students" written by Ria Wigati, NIM 12402173648, Supervisor Elok Fitriani Rafikasari, M.Si.

This research is motivated by the desire of women to appear more beautiful and perfect. Therefore, women are faced with various factors in making purchasing decisions for cosmetic products. The purpose of this study is to examine the influence of beauty vloggers, brand image, advertisement and halal labeling on the decision to buy beauty products.

This research method of this study is quantitative research with associative type, where in this research using multiple linear regression analysis method. By distributing questionnaires to 100 respondents of IAIN Tulungagung students. The sampling method used non-probability sampling with accidental sampling technique.

Based on the results of the study, it was found that the partially significant influence was the brand image and advertisement variables. Meanwhile, simultaneously, the variables of beauty vlogger, brand image, advertisement and halal labeling have a significant effect on purchasing decisions for beauty products with a total effect of 48.4%. This proves that the decision to buy beauty products is not only influenced by these four variables but is also influenced by other variables.

Keywords : *Beauty Vlogger, Brand Image, Advertisement, Halal Labeling.*