

ABSTRAK

Skripsi dengan Judul “Penggunaan Label Halal dan Brand Ambassador dengan Karakter Cantik dan Inspiratif Kosmetik Wardah dalam Keputusan Pembelian (Study Kasus pada Mahasiswa Konsumen Wardah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)” yang ditulis oleh Arum Daru Puspita, NIM 12405183186, Pembimbing Dr.Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya produk kosmetik yang sedang bersaing di pasaran demi meningkatkan minat konsumen, mereka bersaing dari berbagai faktor, maka dari itu seorang perempuan harus teliti dalam membeli dan menggunakan suatu produk. Produk kosmetik yang berlabel halal sudah tentu bisa memberikan jaminan kehalalan, sejalan dengan ajaran Islam yang menghendaki agar produk yang dikonsumsi terjamin halalnya. Wardah banyak dikenal masyarakat melalui *brand ambassador* nya yang bertindak sebagai alat pemasaran, *brand ambassador* diwakili oleh selebrity idola dari masyarakat.

Fokus penelitian pada skripsi ini adalah: (1) Bagaimana penggunaan label halal dalam keputusan pembelian brand kosmetik wardah ? (2) Bagaimana penggunaan brand ambassador dalam keputusan pembelian kosmetik wardah ? (3) Apa saja yang menjadi pertimbangan dalam membeli produk kosmetik bagi mahasiswi FEBI UIN SATU Tulungagung ?. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana penggunaan label halal dan *brand ambassador* dengan karakter cantik dan inspiratif dalam keputusan pembelian dan juga pertimbangan mahasiswi FEBI UIN SATU Tulungagung saat akan membeli kosmetik.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode ataupun pendekatan studi kasus (*case study*). Dengan mengajukan sejumlah pertanyaan wawancara kepada 30 mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN SATU Tulungagung. Peneliti menentukan dan memilih lokasi UIN SATU Tulungagung karena atas dasar kesesuaian topik yang dipilih.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan label halal dan *brand ambassador* kosmetik Wardah mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik bagi sebagian besar mahasiswi FEBI UIN SATU Tulungagung. Hal-hal yang menjadi pertimbangan lainnya bagi mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung adalah dari faktor komposisi dan kegunaan, merek, dan harga.

Kata Kunci: label halal, *brand ambassador*, keputusan pembelian, mahasiswi

ABSTRACT

Thesis with the title "Use of Halal Labels and Brand Ambassadors with Beautiful and Inspiring Characters of Wardah Cosmetics in Purchasing Decisions (Case Study on Wardah Consumer Students, Faculty of Islamic Economics and Business, Faculty of Islamic Economics and Business, Uin Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)" written by Arum Daru Puspita , NIM 12405183186, Advisor Dr.Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research is motivated by the many cosmetic products that are competing in the market in order to increase consumer interest, they compete from various factors, therefore a woman must be careful in buying and using a product. Cosmetic products that are labeled halal can of course provide halal guarantees, in line with Islamic teachings which require that the products consumed are guaranteed to be halal. Wardah is widely known to the public through his brand ambassadors who act as marketing tools, brand ambassadors are represented by celebrity idols from the community.

The focus of the research in this thesis are: (1) How is the use of halal labels in purchasing decisions for the Wardah cosmetic brand? (2) How is the use of brand ambassadors in purchasing decisions for Wardah cosmetics? (3) What are the considerations in buying cosmetic products for FEBI UIN ONE Tulungagung students?. This study aims to explain and describe how the use of halal labels and brand ambassadors with beautiful and inspiring characters in purchasing decisions and also the considerations of FEBI UIN ONE Tulungagung students when buying cosmetics.

This research is a qualitative research with a case study method or approach (case study). By asking a number of interview questions to 26 students of the Islamic Economics and Business Faculty, UIN ONE Tulungagung. Researchers determine and choose the location of UIN ONE Tulungagung because it is based on the suitability of the chosen topic.

Based on the results of the study, it can be concluded that the use of halal labels and Wardah cosmetic brand ambassadors influence the purchasing decisions of cosmetic products for most of the female students of FEBI UIN ONE Tulungagung. Other things that are considered for students FEBI at UIN ONE Tulungagung are the composition and usability factors, brand, and price.

Keywords: *halal label, brand ambassador, purchasing decision, female student*