

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomin dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung" skripsi ini ditulis oleh Nur Afifah, NIM.1202183249, pembimbing Prof. Dr. H. Mujamil, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi adanya kebutuhan manusia untuk menjaga keberlangsungan hidup yang semakin berkembang, salah satunya akan kebutuhan kosmetik khususnya pada umat muslim. Oleh karena itu, saat ini industri kosmetik terus berkembang dan berinovasi untuk menghasilkan produk yang dibutuhkan konsumen. Sebagai mahasiswa khususnya Prodi Ekonomi Syariah, FEBI, UIN SATU Tulungagung yang dikenal dengan selalu berpenampilan menarik, tentunya banyak pertimbangan untuk memilih produk kosmetik yang digunakan.

Tujuan penelitian ini yaitu 1) Untuk menjelaskan pengaruh label halal terhadap keputusan beli konsumen produk kosmetik Ms Glow pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, FEBI, UIN SATU Tulungagung. 2) Untuk menjelaskan pengaruh citra merek terhadap keputusan beli konsumen produk kosmetik Ms Glow pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, FEBI, UIN SATU Tulungagung. 3) Untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan beli konsumen produk kosmetik Ms Glow pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, FEBI, UIN SATU Tulungagung. 4) Untuk menjelaskan pengaruh label halal, citra merek, dan kualitas produk kosmetik Ms Glow pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, FEBI, UIN SATU Tulungagung.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif yang berjenis asosiatif. Populasinya adalah mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, FEBI, UIN SATU Tulungagung yang pernah atau sedang menggunakan produk kosmetik Ms Glow. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan jenis *random sampling*. Sedangkan teknik analisisnya menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian yaitu 1) Label halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik Ms Glow pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, FEBI, UIN SATU Tulungagung. 2) Citra merek secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik Ms Glow pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, FEBI, UIN SATU Tulungagung. 3) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik Ms Glow pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, FEBI, UIN SATU Tulungagung. 4) Secara simultan antara label halal, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Ms Glow pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, FEBI, UIN SATU Tulungagung.

**Kata kunci :** Label Halal, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

Thesis with the title "Influence of Halal Label, Brand Image, and Product Quality on The Decision to Purchase Cosmetic Products Ms Glow on Students of Sharia Economics Study Program Fakultas Ekonomin and Islamic Business of State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung" is written by Nur Afifah, NIM.1202183249, guidance Prof. Dr. H. Mujamil, M.Ag.

This research is motivated by the human need to maintain survival, one of which is the need for cosmetics, especially in Muslims. Therefore, today the cosmetic industry continues to grow and innovate to produce products that consumers need. As a student, especially the Sharia Economics study program, FEBI, UIN SATU Tulungagung who is known for always looking attractive, of course, many considerations to choose cosmetic products used.

The purpose of this study is 1) To explain the influence of halal labels on the consumer buying decision of Ms Glow cosmetic products at students of Sharia Economics study program, FEBI, UIN SATU Tulungagung. 2) To explain the influence of brand image on the decision to buy consumers of Ms Glow cosmetic products on Students of Sharia Economics study program, FEBI, UIN SATU Tulungagung. 3) To explain the influence of product quality on the decision to buy consumers of Ms Glow cosmetic products at students of Sharia Economics study program, FEBI, UIN SATU Tulungagung. 4) To explain the influence of halal labels, brand image, and quality of Ms Glow cosmetic products on Students of Sharia Economics study program, FEBI, UIN SATU Tulungagung.

Research methods use an associative quantitative approach. The population is a student of Sharia Economics study program, FEBI, UIN SATU Tulungagung who has or is using Ms Glow cosmetic products. Sampling techniques use probability sampling with random sampling types. While the analysis technique uses multiple linear regression analysis techniques.

The results of the study, namely 1) Partial halal labels had no significant effect on the decision to purchase Ms Glow Cosmetic Products at Sharia Economics study program, FEBI, UIN SATU Tulungagung. 2) The brand image has no significant effect on the decision to purchase Ms Glow Cosmetic Products at Sharia Economics study program, FEBI, UIN SATU Tulungagung. 3) Based on the results of the third hypothesis of product quality tests have a significant effect on the decision to purchase Ms Glow Cosmetic Products at Sharia Economics study program, FEBI, UIN SATU Tulungagung. 4) Simultaneously between halal label, brand image, and product quality against the decision to purchase Ms Glow cosmetic products at Sharia Economics study program, FEBI, UIN SATU Tulungagung.

Keywords: Halal Label, Brand Image, Product Quality, Purchase Decision