

ABSTRAK

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Preferensi Kosumen, Motivasi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi pada Konsumen Kosmetik halal di Kabupaten Tulungagung)”** ini ditulis oleh Fitriyah Nafisah, NIM. 17402163048, Pembimbing Dr. Muhammad Aswad, M.A

Permintaan akan produk halal semakin meningkat seiring dengan kesadaran masyarakat muslim terhadap apa yang mereka konsumsi. Mengonsumsi produk halal merupakan kewajiban bagi seorang muslim. Namun kenyataannya tersedianya berbagai macam pilihan produk, perbedaan preferensi, motivasi dan kualitas produk mengakibatkan tidak semua masyarakat muslimah tersebut menggunakan kosmetik yang berlabel halal. Produk halal tidak terbatas pada makanan karena saat ini banyak dikembangkan produk halal, seperti kosmetik, fashion, pariwisata, hotel, rumah sakit, dan logistik. Adapun faktor yang mempengaruhi keputusan untuk membeli suatu produk halal adalah keputusan konsumen dalam membeli suatu barang, yaitu preferensi konsumen, motivasi, dan kualitas produk itu sendiri.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menguji pengaruh antara Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik halal, (2) Untuk menguji pengaruh antara Motivasi terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik halal, (3) Untuk menguji pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik halal, dan (4) Untuk menguji Preferensi Konsumen, Motivasi, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik halal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Jumlah sampel dari penelitian ini adalah 125 sampel dengan teknik pengambilan sampel adalah *Simple Random Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuisioner dan dokumentasi. Adapun Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Preferensi Konsumen memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal, (2) Motivasi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal, (3) Kualitas Produk memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal, dan (4) Preferensi Konsumen, Motivasi, dan Kualitas Produk secara simultan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal. Oleh sebab itu disarankan bagi suatu perusahaan terus memperhatikan preferensi, motivasi dan kualitas produknya agar produk bisa dipilih masyarakat luas.

Kata Kunci: *Preferensi Konsumen, Motivasi, Kualitas Produk, Konsumen*

ABSTRACT

Thesis with the title "**The Influence of Consumer Preferences, Motivation, and Product Quality on the Decision to Purchase Halal Cosmetics (Study on Consumers of Halal Cosmetics in Tulungagung Regency)**" was written by Fitriyah Nafisah, NIM. 17402163048, Advisor Dr. Muhammad Aswad, M.A

The demand for halal products is increasing along with the awareness of the Muslim community about what they consume. Consuming halal products is an obligation for a Muslim. However, in reality, the availability of various product choices, differences in preferences, motivations and product quality have resulted in not all Muslim women using cosmetics labeled halal. Halal products are not limited to food because currently many halal products are being developed, such as cosmetics, fashion, tourism, hotels, hospitals, and logistics. The factors that influence the decision to buy a halal product are the consumer's decision to buy an item, namely consumer preferences, motivation, and the quality of the product itself.

The purposes of this study are (1) to test whether there is a significant influence between consumer preferences on purchasing decisions for halal cosmetic products, (2) to test whether there is a significant effect between motivation on purchasing decisions for halal cosmetic products, (3) to test whether there is a significant influence between product quality on purchasing decisions for halal cosmetic products, and (4) to test whether consumer preferences, motivation, and product quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions for halal cosmetic products.

This study uses a quantitative approach with the type of associative research. This study uses 3 dependent variables, namely Consumer Preference (X1), Motivation (X2), and Product Quality (X3) with 1 independent variable, namely the decision to purchase Halal Cosmetics (Y). The number of samples from this study was 125 samples with the sampling technique was Simple Random Sampling. Data collection techniques using questionnaires and documentation techniques. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression analysis.

The results of this study indicate that (1) Consumer Preferences have a positive and significant influence on purchasing decisions for halal cosmetic products, (2) Motivation has a positive and significant influence on purchasing decisions for halal cosmetic products, (3) Product Quality has a positive and significant impact. significantly to the decision to purchase halal cosmetic products, and (4) Consumer Preference, Motivai, and Product Quality simultaneously have a positive and significant influence on the decision to purchase halal cosmetic products. Therefore, it is recommended for a company to continue to pay attention to preferences, motivations and product quality so that the product can be chosen by the wider community.

Keywords: Consumer Preference, Motivation, Product Quality, Consumer