

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Label Halal, Harga dan Tren *K-Beauty* terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi FEBI Prodi Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung” ini ditulis oleh Nurul Hidayatul Afifah, NIM. 12402173635, pembimbing Prof. Dr. Iffatin Nur, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya perubahan kebutuhan akan kosmetik oleh sebagian orang sebagai kebutuhan primer. Perempuan merupakan salah satu segmentasi pasar yang potensial karena adanya kebutuhan mendasar untuk menjaga penampilan agar tetap cantik dan menarik.

Fokus Penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah 1. Apakah label halal berpengaruh terhadap minat beli produk kosmetik Wardah pada mahasiswi FEBI Prodi Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung? 2. Apakah harga produk kosmetik wardah berpengaruh terhadap minat beli produk kosmetik Wardah mahasiswi FEBI Prodi Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung? 3. Apakah tren *K-Beauty* berpengaruh terhadap minat beli produk kosmetik Wardah pada mahasiswi FEBI Prodi Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung? 4. Apakah label halal, harga dan tren *K-Beauty* pada produk kosmetik Wardah berpengaruh secara simultan terhadap minat beli pada mahasiswi FEBI Prodi Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan *google form* dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi FEBI Prodi Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan sampel 100 responden yakni mahasiswi FEBI Prodi Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Dan selanjutnya dianalisis menggunakan uji coba instrumen, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, serta ujia analisis koefisien determinasi (R^2).

Hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan variabel label halal, harga dan tren *K-Beauty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel label halal, harga dan tren *K-Beauty* berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap minat beli. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,694% menunjukkan bahwa 69,4% nilai besarnya pengaruh oleh ketiga variabel independen. Sedangkan sisanya sebesar 30,6% dipengaruhi faktor lain selain variabel dalam penelitian ini.

Kata Kunci : budaya populer, harga, label halal, minat beli dan perilaku konsumen

ABSTRACT

Thesis with the title “Analysis of the Effect Halal Label, Price and K-Beauty Trend on Purchase Interest of Wardah Cosmetics Products in FEBI Studens of Sharia Economics Study Program IAIN Tulungagung” written by Nurul Hidayatul Afifah, NIM. 13402173635, lecturer of Prof. Dr. Iffatin Nur, M.Ag.

This research is motivated by the changing need for cosmetics by some people as primary need. Women are one of the potential market segments because of the need to maintain a beautiful and attractive appearance.

The research focuc taken in this study is 1. Does the halal label affect the purchase interest Wardah cosmetic products in the FEBI student of Sharia Economics Study Program IAIN Tulungagung? 2. Does the price affect the purchase interest Wardah cosmetic products in the FEBI student of Sharia Economics Study Program IAIN Tulungagung? 3. Does the K-Beauty trend affect the purchase interest Wardah cosmetic products in the FEBI student of Sharia Economics Study Program IAIN Tulungagung? 4. Does the halal label, price and K-Beauty trend in Wardah cosmetics product simultaneously affect the purchase interest in the FEBI Student Study Program Sharia Economic IAIN Tulungagung?.

This research method uses a quantitative approach with the type of associative research. The data used is primary data using google form and secondary data. The population ini this study were FEBI students of Sharia Economic study program IAIN Tulungagung. The sampling technique used is purposive sampling with a sample of 100 respondents FEBI students of Sharia Economic Study Program IAIN Tulungagung. And the analyze using a test instrument, classical assumption test, multiple linera regression analysis test, hypothesis testing and coefficient of determination analysis test (R^2).

The results obtained from hypothesis testing using the t-test show that the halal label variable, price and K-Beauty trend have a positive and significant effect on purchase interest. Then through the F test, it can be seen that the halal label, price and trend of K-Beauty variables have a positive and significant effect on buying interest together. The Adjusted R Square figure of 0,694% indicated that 69,4% is the magnitude of the influence by the three independent varaibles. While the remaining 30,6% are influenced by other factors besides the variables in this research.

Keywords : popular culture, price, halal label, purchase interest and consumen behavior