

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Price Discount*, Citra Merek dan Label BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Prespektif Ekonomi Islam (Study Kasus Konsumen skincare MS Glow Kabupaten Tulungagung)” yang ditulis oleh Ni’matul Mukaromah, NIM. 12402183106 dengan dosen pembimbing Prof. Dr. Iffatin Nur, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya peningkatan pertumbuhan industri kosmetik. Salah satunya adalah industri produk kecantikan. Dengan beragamnya produk kecantikan di kabupaten Tulungagung yang diminati masyarakat, MS Glow sebagai merek yang terkenal dimasyarakat ini tidak mayoritas membuat konsumen memilih MS Glow. Sehingga produsen perlu melakukan inovasi produknya untuk meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli produk. Harga merupakan faktor utama dalam pilihan produk, produsen harus mengembangkan strategi pemasaran untuk mendasarkan promosi mereka pada harga, yaitu penurunan harga atau pengurangan harga. Selain itu, produk kecantikan juga beresiko mengingat komposisi bahan yang digunakan tidak selalu memberikan efek yang sama pada konsumen. Sehingga produsen harus tetap memperhatikan kualitas produk agar mendapatkan citra yang baik dari konsumen. Pemerintah kemudian meminimalkan risiko yang mungkin terjadi dengan membentuk Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) apakah *price discount* memiliki pengaruh yang terhadap keputusan pembelian *skincare* MS Glow ? (2) Apakah citra merek memiliki pengaruh yang terhadap keputusan pembelian *skincare* MS Glow ? (3) Apakah label BPOM memiliki pengaruh yang terhadap keputusan pembelian *skincare* MS Glow ? (4) Apakah *price discount*, citra merek, dan label BPOM secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* MS Glow ?.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data yang digunakan menggunakan data primer dan data sekunder dengan metode penelitiannya yaitu metode observasi dan angket atau kuisisioner. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri dari *Price Discount* (X1), Citra Merek (X2), Label BPOM (X3). Variabel terikat penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Populasi yang digunakan adalah konsumen MS Glow Desa Banjarejo, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung yang kemudian diambil sampel dengan teknik *accidental sampling* dengan kriteria konsumen berusia 19 tahun keatas sehingga diperoleh sampel 95 responden dari 102 responden. Peneliti ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan dibantu dengan aplikasi perhitungan data SPSS 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *price discount* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. variabel label BPOM berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. variabel *price discount*, citra merek, label BPOM secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen dalam membeli produk kecantikan MS Glow akan memperhatikan kebutuhan, harga, citra merek dan keamanan produk.

Kata kunci : *price discount*, citra merek, label BPOM, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Price Discounts, Brand Image and BPOM Label on Purchase Decisions of Beauty Products in Islamic Economic Perspective (Case Study of MS Glow Consumers in Tulungagung Regency)" written by Ni'matul Mukaromah, NIM. 12402183106 with the supervisor Prof. Dr. Iffatin Nur, M.Ag.

This research is motivated by the increasing growth of the cosmetic industry. One of them is the beauty product industry. With the variety of beauty products in Tulungagung district that people are interested in, MS Glow as a well-known brand in the community does not make consumers choose MS Glow. So that manufacturers need to innovate their products to increase the attractiveness of consumers to buy products. Price is a major factor in product choice, manufacturers must develop marketing strategies to base their promotions on price, that is, price reductions or price reductions. In addition, beauty products are also at risk considering the composition of the ingredients used do not always give the same effect to consumers. So that producers must pay attention to product quality in order to get a good image from consumers. The government then minimized the risks that might occur by establishing the Food and Drug Supervisory Agency (BPOM).

The formulation of the problem in this study is (1) whether the price discount has an influence on purchasing decisions for MS Glow skincare ? (2) Does brand image have a significant influence on purchasing decisions for MS Glow skincare ? (3) Does the BPOM label have an influence on purchasing decisions for MS Glow skincare ? (4) Does the price discount, image the brand, and the BPOM label together have a significant influence on the purchasing decision of MS Glow skincare.

This study uses quantitative research methods. The data used using primary data and secondary data with the research method, namely the method of observation and questionnaires or questionnaires. The variables in this study are independent variables consisting of Price Discount (X1), Brand Image (X2), BPOM Label (X3). The dependent variable of this research is Purchase Decision (Y). The population used is the consumer of MS Glow Banjarejo Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency which is then taken by accidental sampling technique with the criteria of consumers aged 19 years and over so that a sample of 95 respondents from 102 respondents is obtained. This researcher uses multiple linear regression analysis techniques and is assisted by the application of SPSS 21 data calculations.

The results of this study indicate that the price discount variable has a significant effect on purchasing decisions, the brand image variable has a significant effect on purchasing decisions. The BPOM label variable has a significant effect on purchasing decisions. the price discount variables, brand image, BPOM label together influence purchasing decisions. Consumers in buying MS Glow beauty products will pay attention to the needs, price, brand image and product safety.

Keywords: price discount, brand image, BPOM label, Purchase Decision.