

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Labelisasi Halal, dan Minat Beli Konsumen terhadap Keputusan Pembelian melalui Media Sosial Instagram Wardah ini ditulis oleh Desiwy Widyawaluyanda, NIM. 126402202086, Dosen Pembimbing Dr. Sutopo, M.Pd.

Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan riset pasar, industri lokal mulai banyak menciptakan brand baru dikarenakan peluang pasar industri kosmetik yang luas. Semakin hari, banyak perusahaan-perusahaan kosmetik bermunculan dan mendeklarasikan brand-brand kosmetik mereka yang baru dengan segala inovasi dan manfaatnya. Oleh karena itu, sangat penting untuk perusahaan kosmetik yang menaungi brand Wardah yakni PT. Paragon Technology and Innovation terus berinovasi dalam pengembangan produk dan memperkenalkan produk-produk baru dengan kualitas yang baik dan formula yang unik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah purposive sampling dengan rumus slovin. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah empat ratus sampel yaitu mereka yang menjadi pengikut akun instagram @wardahbeauty. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji statistik Analisis Regresi Linier Berganda. Data diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS. Tahap berikutnya data kuesioner yang dianalisis dengan regresi linier berganda berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Pengujian hipotesis menggunakan uji t (parsial) dan uji f (simultan) menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, labelisasi halal, dan minat beli konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Instagram, Harga, Kualitas Produk, Labelisasi Halal, Minat Beli Konsumen, Keputusan Pembelian, Instagram, Wardahbeauty.

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Price, Product Quality, Halal Labeling, and Consumer Buying Interest on Purchase Decisions through Wardah Instagram Social Media was written by Desiwy Widyawaluyanda, NIM. 126402202086, Supervisor Dr. Sutopo, M.Pd.

Along with the passage of time and the development of market research, the local industry began to create many new brands due to the wide market opportunities of the cosmetics industry. More and more, many cosmetic companies are popping up and declaring their new cosmetic brands with all their innovations and benefits. Therefore, it is very important for the cosmetics company that oversees the Wardah brand, namely PT. Paragon Technology and Innovation continues to innovate in product development and introduce new products with good quality and unique formulas.

The method used in this study is a quantitative approach. The technique used in this sampling is purposive sampling with the slovin formula. The number of samples used in this study is four hundred samples, namely those who are followers of the Instagram account @wardahbeauty. The data analysis technique used in this study is using the Multiple Linear Regression Analysis statistical test. The data is processed using the IBM SPSS application. The next stage of questionnaire data analyzed by multiple linear regression serves to prove the research hypothesis. Hypothesis testing using the t test (partial) and f test (simultaneous) showed that price, product quality, halal labeling, and consumer buying interest had a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Instagram, Price, Product Quality, Halal Labeling, Consumer Buying Interest, Purchase Decision, Instagram, Wardahbeauty.