

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh mulainya bermunculan berbagai macam jenis produk kecantikan yang di produksi dari dalam negeri maupun internasional yang telah mulai bermunculan di pasaran. Kosmetik menjadi kebutuhan yang digunakan oleh setiap perempuan, dimana kosmetik yang digunakan dapat berupa make-up maupun skincare, karena mayoritas perempuan seperti kalangan remaja dan dewasa menggunakan produk kosmetik untuk mempercantik diri. Kosmetik wardah merupakan perusahaan kosmetik wanita, khususnya bagi muslimah. Dengan terobosan pemasaran yang konsisten dan terintegrasi, wardah tumbuh menjadi kosmetik halal terbesar di Indonesia. Fenomena yang ada membuktikan bahwa adanya kebutuhan akan produk kosmetik sangat tinggi ini dilihat dari perkembangan industri kosmetik yang terjadi. Sehingga segala brand kosmetik berlomba-lomba untuk menarik perhatian konsumen dan melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) pengaruh label halal terhadap minat beli produk wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. 2) Kualitas produk terhadap minat beli produk wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. 3) Pengaruh harga produk terhadap minat beli produk wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. 4) Pengaruh secara simultan label halal, kualitas produk, dan harga yang signifikan terhadap minat beli produk wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan data menggunakan angket atau kuisioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling, jumlah sample dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan yaitu: uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Label Halal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli produk wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Binis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. 2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk wardah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Binis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. 3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Binis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. 4) Label halal, kualitas produk, dan harga bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Binis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

Kata Kunci: Label Halal, Kualitas Produk, Harga, dan Minat Beli

ABSTRACT

This research is motivated by the emergence of various types of beauty products produced domestically and internationally which have begun to appear on the market. Cosmetics are a necessity used by every woman, where the cosmetics used can be make-up or skincare, because the majority of women, such as teenagers and adults, use cosmetic products to beautify themselves. Wardah cosmetics is a women's cosmetics company, especially for Muslim women. With consistent and integrated marketing breakthroughs, Wardah has grown to become the largest halal cosmetics in Indonesia. The existing phenomenon proves that the need for cosmetic products is very high, seen from the developments in the cosmetics industry that are taking place. So all cosmetic brands are competing to attract consumers' attention and make purchases of the products offered.

This research aims to determine 1) the influence of the halal label on interest in purchasing Wardah products among students at the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. 2) Product quality on interest in buying Wardah products among students at the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. 3) The influence of product prices on interest in buying Wardah products among students at the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. 4) The simultaneous influence of the halal label, product quality and price is significant on the interest in purchasing Wardah products among students at the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

This study uses a quantitative approach. Data collection techniques use questionnaires or questionnaires. The sampling technique used non-probability sampling technique, the number of samples in this study was 100 respondents. The data analysis used is: validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, t test, F test, and coefficient of determination.

The results of the research show that the 1) Halal Label has a negative and significant effect on the interest in buying Wardah products among students at the Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. 2) Product quality has a positive and significant effect on the interest in purchasing Wardah products of students from the Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. 3) Price has a positive and significant effect on interest in buying Wardah products among students at the Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. 4) The halal label, product quality and price together have a positive and significant influence on the interest in buying Wardah products among students at the Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

Keywords: Halal Label, Product Quality, Price, and Purchase Intention

المخصص

الدافع وراء هذا البحث هو ظهور أنواع مختلفة من منتجات التجميل المنتجة محليًا ودوليًا والتي بدأت تظهر في الأسواق. تعتبر مستحضرات التجميل من الضروريات التي تستخدمها كل امرأة، حيث يمكن أن تكون مستحضرات التجميل المستخدمة هي المكياج أو العناية بالبشرة، وذلك لأن غالبية النساء مثل المراهقات والبالغات يستخدمن مستحضرات التجميل لتجميل أنفسهن. مستحضرات وردة هي شركة مستحضرات تجميل نسائية، وخاصة للنساء المسلمات. بفضل الإنجازات التسويقية المتسقة والمتكاملة، نمت شركة وردة لتصبح أكبر مستحضرات التجميل الحلال في إندونيسيا. وتدلل الظاهرة القائمة على أن الحاجة إلى مستحضرات التجميل كبيرة جداً، وذلك من خلال التطورات التي تشهدها صناعة مستحضرات التجميل. لذلك تتنافس جميع العلامات التجارية لمستحضرات التجميل على جذب انتباه المستهلكين وإجراء عمليات شراء للمنتجات المعروضة.

يهدف هذا البحث إلى تحديد (١) تأثير علامة الحلال على الاهتمام بشراء منتجات وردة بين الطلاب في كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية، جامعة سيد علي رحمة الله تولونج أجونج. (٢) جودة المنتج بسبب الاهتمام بشراء منتجات وردة بين طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية، جامعة سيد علي رحمة الله تولونج أجونج. (٣) تأثير أسعار المنتجات على الاهتمام بشراء منتجات وردة بين طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية، جامعة سيد علي رحمة الله تولونج أجونج. (٤) إن التأثير المتزامن لعلامة الحلال وجودة المنتج والسعر له أهمية كبيرة في الاهتمام بشراء منتجات وردة بين الطلاب في كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية، جامعة سيد علي رحمة الله تولونج أجونج.

تستخدم هذه الدراسة النهج الكمي. تستخدم تقنيات جمع البيانات الاستبيانات أو الاستبيانات. تم استخدام أسلوب أخذ العينات بأسلوب أخذ العينات غير الاحتمالية، وكان عدد العينات في هذه الدراسة ١٠٠. مستجيب. تحليل البيانات المستخدم هو: اختبار الصلاحية، اختبار الموثوقية، اختبار الحالة الطبيعية، اختبار الخطية المتعددة، اختبار التغير، اختبار الانحدار الخطي المتعدد، اختبار t ، اختبار F ، ومعامل التحديد.

أظهرت نتائج البحث أن (١) علامة الحلال لها تأثير سلبي وكبير على الاهتمام بشراء منتجات وردة بين الطلاب في كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية، جامعة سيد علي رحمة الله تولونج أجونج. (٢) جودة المنتج لها تأثير إيجابي وكبير على الاهتمام بشراء منتجات وردة لدى طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية، جامعة سيد علي رحمة الله تولونج أجونج. (٣) للسعر تأثير إيجابي وكبير على الاهتمام بشراء منتجات وردة بين طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية، جامعة سيد علي رحمة الله تولونج أجونج. (٤) إن علامة الحلال وجودة المنتج والسعر معًا لها تأثير إيجابي وكبير على الاهتمام بشراء منتجات وردة بين الطلاب في كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية، جامعة السيد علي رحمة الله تولونج أجونج.

الكلمات المفتاحية: علامة الحلال، جودة المنتج، السعر، ونية الشراء