

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal, Kepribadian merek, dan Duta merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Kecantikan *Somethinc* di Kabupaten Tulungagung”. Ditulis oleh Merta Ariesa Zulfi, NIM. 126402202118, dengan pembimbing Dr. Sutopo, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya perusahaan yang berlomba-lomba dalam menciptakan produk kecantikan. Dimana dalam menciptakan sebuah produk terdapat elemen-elemen yang perlu diperhatikan. Disisi lain para konsumen juga ingin memiliki produk kecantikan yang membuat mereka lebih percaya diri dan memiliki kulit sesuai dengan yang mereka inginkan. *Somethinc* merupakan produk kecantikan yang masih baru berdiri pada tahun 2019 namun telah berhasil mendapatkan berbagai macam penghargaan. Sehingga dalam permasalahan tersebut peneliti ingin mengetahui faktor apa yang membuat produk *somethinc* bisa melaju pesat dan banyak dibeli oleh masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk kecantikan *Somethinc* di Kabupaten Tulungagung. (2) Untuk mengetahui pengaruh kepribadian merek terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk kecantikan *Somethinc* di Kabupaten Tulungagung. (3) Untuk mengetahui pengaruh duta merek terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk kecantikan *Somethinc* di Kabupaten Tulungagung. (4) Untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal, kepribadian merek, dan duta merek secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk kecantikan *Somethinc* di Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian ini berjumlah 118 orang yang diambil dari pengguna produk kecantikan di Kabupaten Tulungagung. Sampel penelitian ditentukan dengan teknik *Non-Probability sampling* dengan menggunakan jenis teknik *insidental sampling*. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Hasil data tersebut kemudian dianalisis menggunakan uji-uji dalam SPSS 16.

Penelitian ini menunjukkan hasil (1). Labelisasi halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk kecantikan *somethinc* di Kabupaten Tulungagung, (2). Kepribadian merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk kecantikan *somethinc* di Kabupaten Tulungagung 3). Duta merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk kecantikan *somethinc* di Kabupaten Tulungagung, (4). Labelisasi halal, kepribadian merek, dan duta merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk kecantikan *somethinc* di Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan evaluasi bagi pelaku usaha sejenis dalam meningkatkan usahanya.

Kata kunci: Labelisasi Halal, Kepribadian Merek, Duta Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Halal Labeling, Brand Personality, and Brand Ambassador on Consumer Decisions in Purchasing Somethinc Beauty Products in Tulungagung Regency". Written by Merta Ariesa Zulfi, NIM. 126402202118, with supervisor Dr. Sutopo, M.Pd

The research is motivated by the numerous companies competing to create beauty products. In creating a product, there are several elements that need to be considered. On the other hand, consumers also want to have beauty products that make them feel more confident and have skin that meets their desired standards. Somethinc is a relatively new beauty product that has successfully received various awards since its establishment in 2019. Therefore, in this problem, the researcher wants to know what factors make Somethinc products successful and widely purchased by the public.

The objectives of this research are (1) To analyze the influence of halal labeling on consumer decisions in purchasing Somethinc beauty products in Tulungagung Regency. (2) To analyze the influence of brand personality on consumer decisions in purchasing Somethinc beauty products in Tulungagung Regency. (4) To analyze the influence of brand ambassador on consumer decisions in purchasing Somethinc beauty products in Tulungagung Regency. (5) To analyze the influence of halal labeling, brand personality and brand ambassador simultaneously on consumer decisions in purchasing Somethinc beauty products in Tulungagung Regency.

This study is a quantitative research with an associative type. The population of this study consists of 118 people who are users of beauty products in Tulungagung Regency. The sample was determined using non-probability sampling with incidental sampling technique, where the sample was selected based on who happened to meet the researcher and was considered suitable as a data source. Data was obtained through the distribution of questionnaires by providing a set of written questions or statements to respondents to answer.

The resulting data was then analyzed using tests in SPSS 16. The study shows the following results: (1). Halal labeling has a positive and significant influence on consumer decisions in purchasing beauty products from Somethinc in Tulungagung Regency. (2). brand personality has a positive and significant influence on consumer decisions in purchasing beauty products from Somethinc in Tulungagung Regency. (3). brand ambassador has a positive and significant influence on consumer decisions in purchasing beauty products from Somethinc in Tulungagung Regency. (4). Halal labeling, brand personality, and duta merek have a positive and significant influence on consumer decisions in purchasing beauty products from Somethinc in Tulungagung Regency. This study is expected to serve as a reference and evaluation for similar business actors in improving their business.

Keywords: Halal Labeling, Brand Personality, Brand Ambassador, Purchase decision