

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Somethinc pada *E-Commerce*" ini ditulis oleh Aprilia Nabila Puspitasari, NIM 126405213186 dengan pembimbing Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

Kata Kunci: Label Halal, Kualitas Produk, Harga, Promosi Gratis Ongkir, Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keputusan membeli suatu produk di tangan konsumen tidak langsung terjadi, tetapi juga membutuhkan proses atau pertimbangan dalam memilih salah satu dari banyak pilihan. Faktor pertimbangan meliputi label halal dan kualitas yang jelas, harga kompetitif, dan selalu menawarkan promosi gratis ongkir. Dengan begitu, konsumen dapat membandingkan serta memilih produk melalui *e-commerce*, sehingga mempermudah pengambilan keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label halal, kualitas produk, harga, dan promosi gratis ongkos kirim (ongkir) secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* somethinc pada *e-commerce*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 110 responden dari masyarakat Tulungagung. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Pengolahan data menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 25. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis, serta koefisien determinasi (*adjusted R²*).

Hasil penelitian adalah (1) Label halal berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc pada *e-commerce*, (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc pada *e-commerce*, (3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc pada *e-commerce*, (4) promosi gratis ongkir berpengaruh positif tetapi

tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc pada *e-commerce*, (5) dan label halal, kualitas produk, harga, dan promosi gratis ongkir secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc pada *e-commerce*. Implikasi praktis bagi industri kosmetik halal adalah menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif khususnya memperhatikan pada faktor label halal dan promosi gratis ongkir karena memiliki tingkat signifikan rendah, serta meningkatkan faktor kualitas produk dan harga yang dimana memiliki pengaruh tinggi terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc pada *e-commerce*.

ABSTRACT

The thesis titled "The Influence of Halal Label, Product Quality, Price, and Free Shipping Promotion on the Purchase Decision of Somethinc Skincare Products on E-Commerce" was written by Aprilia Nabila Puspitasari, Student Identification Number 126405213186, and advised of Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

Keywords: *Halal Label, Product Quality, Price, Free Shipping Promotion, Purchase Decision*

This research is motivated by the fact that the decision to purchase a product by consumers does not happen directly, but also requires a process or consideration in choosing one from many options. Consideration factors include clear halal labeling and quality, competitive prices, and always offer free shipping promotions. Thus, consumers can compare and choose products through e-commerce, making it easier to make purchasing decisions. The purpose of this research is to determine the influence of halal labels, product quality, price, and free shipping promotions both partially and simultaneously on the purchasing decisions of Somethinc skincare products on e-commerce.

This research uses a quantitative approach with an associative type. The sample taken in this study consisted of 110 respondents from the Tulungagung community. The sampling technique used is accidental sampling. The data source used in this research is primary data. The measurement in this study uses a Likert scale. Data processing uses the IBM SPSS Statistics 25 application. The data analysis techniques used are validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests, and the coefficient of determination (adjusted R²).

The research results are (1) The halal label has a positive but not significant effect on the purchasing decision of Somethinc skincare products on e-commerce, (2) Product quality has a positive and significant effect on the purchasing decision of Somethinc skincare products on e-commerce, (3) Price has a positive and significant effect on the purchasing decision of Somethinc skincare products on e-commerce, (4) Free shipping promotion has a positive but not

significant effect on the purchasing decision of Somethinc skincare products on e-commerce, (5) and the halal label, product quality, price, and free shipping promotion simultaneously have a positive and significant effect on the purchasing decision of Somethinc skincare products on e-commerce. The practical implication for the halal cosmetics industry is develop more effective marketing strategies, particularly by paying attention to the halal label and free shipping promotions, as they have a low significance level, and by enhancing product quality and pricing factors, which have a high influence on the purchasing decisions of Somethinc skincare products on e-commerce platforms.