

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kemasan, Label Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung” ini ditulis oleh Anis Khalifatul Azizah, NIM. 17421243031, pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan bisnis kosmetik yang dewasa ini bergerak dengan cepat, sehingga berdampak pada maraknya peredaran berbagai macam jenis kosmetik. Namun semakin berkembangnya bisnis kosmetik, telah banyak ditemukan kosmetik berbahaya yang beredar luas di pasaran. Maka sebagai mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang identik dengan penampilan menarik yang bertujuan untuk menghadapi dunia kerja, tentunya memiliki pertimbangan tertentu dalam melakukan pembelian terhadap produk kosmetik. Sebagai mahasiswi yang telah dibekali dengan pengetahuan yang luas tentunya lebih berhati-hati dalam memilih produk kosmetik dengan mempertimbangkan manfaat yang diperoleh dan keamanan produk yang bisa dilihat melalui atribut produk itu sendiri

Atribut produk yang diteliti dalam penelitian ini adalah kemasan, label halal dan citra merek. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu (1) untuk menguji secara parsial pengaruh atribut kemasan, label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswi IAIN Tulungagung (2) untuk menguji secara simultan pengaruh atribut kemasan, label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswi IAIN Tulungagung.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Menggunakan data primer, dengan teknik *sampling* yaitu *purposive sampling*. Metode analisis dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan reliabilitas data, uji normalitas data, uji asumsi klasik, uji T, uji F, uji regresi linear berganda dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan (1) terdapat pengaruh positif signifikan variabel kemasan terhadap keputusan pembelian (2) Variabel label halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (3) Variabel citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan (4) secara bersama-sama variabel kemasan, label halal dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Kata Kunci: kemasan, label halal, citra merek, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Packaging, Halal Label and Brand Image Buying Decision Against Cosmetic Products Wardah At the Faculty of Economics and Business Student Islamic State Islamic Institute Tulungagung Student" was written by Anis Kholifatul Azizah, NIM. 1742143031, supervisor Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

This research is motivated by competition cosmetics business which today is moving rapidly, so the impact on the rampant circulation of various types of cosmetics. But growing cosmetics business, have been found harmful cosmetics were widely circulated in the market. So as student Faculty of Economics and Business Islam is synonymous with an attractive appearance that is meant to face the world of work, of course has a particular consideration in the purchase of the cosmetic product. As a student who has been equipped with extensive knowledge must be careful in choosing a cosmetic product taking into consideration the benefits and safety of products that can be seen through the attributes of the product itself.

Product attributes are examined in this study is the packaging, the halal label and brand image, the purpose of this study were (1) to test the partial influence of attributes of the packaging, the halal label and brand image on purchasing decisions cosmetic products Wardah on student IAIN Tulungagung, (2) to test the simultaneous influence of the attributes of packaging, the halal label and brand image against a decision Wardah purchase cosmetic products on the Faculty of Economics and Business Student Islamic State Islamic Institute Tulungagung.

This research is associative research that uses a quantitative approach. Using primary data, the sampling technique is purposive sampling. The methods of analysis in this research that the validity and reliability of the data, the data normality test, classic assumption test, T test, F test, multiple linear regression and coefficient of determination (R^2).

The results partially show (1) there is a significant positive effect variable packaging on purchasing decisions, (2) variable halal label significant positive effect on purchasing decisions, (3) variable brand image significant positive effect on purchasing decisions, and (4) together variable packaging, halal label and brand image significant positive effect on purchasing decisions Wardah cosmetic products on the students of Faculty of Economics and Business Islamic State Islamic Institute Tulungagung.

Keywords: packaging, halal label, brand image and purchase decisions