

ABSTRAK

Industri kosmetik halal di Indonesia mengalami perkembangan pesat seiring meningkatnya kesadaran konsumen muslim terhadap kehalalan suatu produk. Salah satu brand lokal yang banyak diminati adalah Make Over. Namun, meski memiliki kualitas baik dan harga kompetitif, data penjualan Make Over menunjukkan adanya fluktuasi, sehingga penting untuk diteliti faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian, khususnya di kalangan mahasiswa yang cenderung rasional dalam memilih produk.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini merumuskan permasalahan mengenai bagaimana pengaruh label halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Make Over. Permasalahan ini dirumuskan baik secara parsial maupun simultan, guna mengetahui sejauh mana ketiga faktor tersebut menentukan pilihan konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh label halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam menggunakan produk kosmetik Make Over.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Hal ini berarti semakin jelas label halal, semakin baik kualitas, serta semakin sesuai harga dengan manfaat yang diterima, maka semakin tinggi kecenderungan mahasiswa untuk membeli produk Make Over.

Kata Kunci: Label Halal, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Make Over