

ABSTRAK

Yuliawanti Dewi: “Pengaruh Label Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung”.

Produk kosmetik menjadi suatu hal yang penting bagi kebutuhan masyarakat, khususnya para wanita. Adanya banyak merek kosmetik mempengaruhi sikap seseorang dalam menentukan keputusan pembelian agar sesuai dengan kulit yang dimilikinya. Tak hanya itu, para konsumen juga mulai mencari tahu kehalalan dari produk kosmetik yang akan dibeli agar terhindar dari zat berbahaya atau hal lainnya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan penelitian terhadap dua faktor yang dianggap mampu mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik, yaitu label halal dan citra merek.

Tujuan dari penelitian ini tiada lain untuk menganalisis dan mengetahui: 1) Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. 2) Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. 3) Pengaruh label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang merupakan suatu teknik untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antar variabel, diantaranya pengaruh antara variabel label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik kuesioner secara online (*Google Form*) yang mana hasilnya diolah dalam program SPSS 23.

Dari penelitian yang dilakukan, maka diperoleh hasil penelitian bahwa: 1) Label halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah yang terlihat dari nilai $t_{hitung} 6,880 > t_{tabel} 1,985$. Kemudian, variabel X1 ini dapat menjelaskan perubahan terhadap variabel Y sebesar 32,6% dan sisanya 67,4% dipengaruhi oleh variabel lain. 2) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah yang terlihat dari nilai $t_{hitung} 8,535 > t_{tabel} 1,985$. Kemudian, variabel X2 ini dapat menjelaskan perubahan terhadap variabel Y sebesar 42,6% dan sisanya 57,4% dipengaruhi oleh variabel lain. 3) Label halal dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah secara simultan, dimana dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} 43,772 > F_{tabel} 3,09$. Kemudian, variabel X1 dan X2 dapat menjelaskan perubahan terhadap variabel , yaitu sebesar 46,4% dan sisanya 57,4% dijelaskan oleh faktor lain.

Kata Kunci: Label Halal, Citra Merek, Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah.