

ABSTRAK

Dewi Rufaidah, 2021, *Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2017-2019 IAIN Madura)*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing: Khotibul Umam, M.E.I

Kata Kunci: *Label Halal, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.*

Industri halal mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun ini, terutama pada sektor kosmetik di Indonesia. Belakangan ini kebutuhan sekunder terhadap produk kosmetik dan perawatan kulit semakin meningkat, apalagi terhadap kosmetik halal. Wardah adalah produk yang pertama kali mendapatkan sertifikat halal dari LPPOM MUI yang memiliki konsumen dari berbagai kalangan termasuk mahasiswi. Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Madura merupakan mahasiswi Islam yang dapat menjadi perwakilan dari komunitas muslim yang menjadi konsumen produk kosmetik Wardah. Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu peneliti ingin mengetahui apakah label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, dan bantuan alat analisis SPSS 20. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2017-2019 IAIN Madura. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Pengambilan sampel ditentukan dengan rumus slovin dengan jumlah responden sebanyak 75 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) dan dokumentasi.

Hasil uji parsial (uji T) dapat disimpulkan bahwa variabel label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Dimana hasil uji parsial (uji T) untuk variabel label halal (X1) diperoleh T_{hitung} sebesar $3,581 > T_{tabel}$ 1,993 dengan taraf signifikan $0,001 < 0,05$ variabel kualitas produk (X2) diperoleh T_{hitung} sebesar $7,283 > T_{tabel}$ 1,993 dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. produk (X3) diperoleh T_{hitung} sebesar $3,142 > T_{tabel}$ 1,993 dengan taraf signifikan $0,002 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji Signifikansi secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel label halal (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah (Y). Hal ini terlihat dari nilai F_{hitung} sebesar $123,702 > F_{tabel}$ 2,73 dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. R square dalam penelitian ini sebesar 0,839 yang berarti bahwa peran atau kontribusi ketiga variabel mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 83,9 %. Sedangkan 16,1% yang lainnya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.