

ABSTRAK

Suci Putri Cahyanti, 2024, *Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Wardah di Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing: Sri Handayani, MM.

Kata Kunci : Label Halal, Harga, Keputusan Pembelian

Wardah adalah perusahaan kosmetik yang ada di Indonesia dan menjadi pelopor kosmetik halal di Indonesia dan di mancanegara. Wardah dalam menciptakan produk kecantikan bersertifikat halal, membagikan pemahaman baru bahwa cara hidup halal dan produk kecantikan mampu berpadu secara elegan. Ada berbagai macam jenis produk kosmetik salah satunya skincare, dimana produk yang berupa skincare ini dibutuhkan untuk merawat ataupun mempercantik kulit seseorang. Skincare tidak hanya diperuntukkan oleh perempuan saja tetapi bisa juga oleh laki-laki karena cara kerja skincare berbeda dengan kosmetik. Dimana kosmetik hanya digunakan pada bagian luar tubuh manusia sedangkan skincare digunakan untuk perawatan kulit. Produk kecantikan halal biasanya ditandai oleh label halal yang tertera pada kemasan yang menjadi pertanda bahwa kehalalan produk tersebut telah sesuai dengan ketentuan islam. Harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena dengan harga yang sudah ditetapkan dipasaran akan menjadi tolak ukur dalam permintaan suatu produk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli dan memakai produk skincare wardah di Pamekasan. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} 3,218 lebih besar dari t_{tabel} (3,218 > 1,984), dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$; (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 8,948 lebih besar dari t_{tabel} (8,948 > 1,984), dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; (3) label halal dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian nilai f_{hitung} sebesar 176,585 lebih besar dari f_{tabel} (202,093 > 3,09), dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, pada penelitian ini membuktikan bahwa dengan adanya label halal dan harga baik secara parsial dan simultan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen pada produk skincare wardah di Pamekasan.