

## ABSTRAK

### **Esti Siti Sholihat : Pengaruh Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah**

Indonesia sebagian besar penduduknya memeluk agama Islam dan dijadikan sebagai pangsa pasar kosmetik dengan sasaran pada perempuan khususnya dikalangan mahasiswi. Membanjirnya produk kosmetika di pasaran mempengaruhi sikap seseorang terhadap keputusan pembelian dan pemakaian barang. Sehingga terjadinya manipulasi produk dengan menggunakan merek terkenal dengan harga yang murah dan kehalalannya dipertanyakan.

Tujuan daripada penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah, kemudian untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah, serta untuk mengetahui pengaruh harga dan label halal secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2018-2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Menurut Kotler, harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Penetapan harga yang sesuai dengan konsumen akan meningkatkan pembelian konsumen yang akan berujung pada pendapatan perusahaan, disamping jumlah penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam akan mengutamakan Label Halal yang ada pada suatu produk. Hal tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian, karena jika suatu produk sudah berlabel halal umat Islam tidak akan ragu untuk membeli suatu produk.

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Jenis data pada penelitian ini menggunakan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 66 responden melalui *google form* dan selanjutnya mengolah data dengan bantuan program SPSS 24.0.

Hasil dari analisis data pada penelitian ini menunjukkan Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. Hal tersebut dapat dilihat pada pengujian hipotesis Uji T pada variabel harga dengan memperoleh nilai signifikansi (sig.) sebesar  $0,000 < 0,1$ , kemudian Label Halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. Hal tersebut dapat dilihat pada pengujian hipotesis Uji T pada variabel Label Halal dengan memperoleh nilai signifikansi (sig.) sebesar  $0,000 < 0,1$ , serta Harga dan Label Halal secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. Hal tersebut dapat dilihat pada pengujian hipotesis Uji F hasil perhitungan menunjukkan nilai *f* hitung sebesar 38,316 dengan signifikansi uji F sebesar  $0,000 < 0,1$ . Juga terbukti pada pengujian Koefisien Determinasi dengan hasil nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,549 yang berarti harga dan label halal sejauh ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 54,9% sedangkan sisanya 45,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Harga, Label Halal dan Keputusan Pembelian**