ABSTRAK

Eka Catur Sari, NIM 141401526, judul skripsi: **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK BERLABEL HALAL** (studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN BANTEN)

Manusia memiliki berbagai macam kebutuhan dalam hidupnya salah satunya yaitu kosmetik. Kebutuhan akan kosmetik dibuktikan dengan semakin tingginya peningkatan penjualan kosmetik yang terjadi di Indonesia sehingga keberadaan konsumen mempunyai pengaruh pada pencapaian penjualan produk sehingga konsumen mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk membeli suatu produk. Konsumen harus mampu memilih produk kosmetik yang baik dan sesuai untuk dikonsumsi, salah satunya yaitu dengan mencari informasi yang terdapat pada atribut produk. Atribut yang dimaksud salah satunya ialah kosmetik yang memiliki label halal.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1). Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian kosmetik pada kalangan mahasiswi FEBI?; 2). Bagaimana pengaruh produk kosmetik yang berlabel halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada kalangan mahasiswi FEBI?; 3). Produk kosmetik apa saja yang diminati mahasiswi FEBI dan apakah produk kosmetik tersebut sudah memiliki logo halal?

Tujuan penelitian ini adalah 1). Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian kosmetik berlabel halal pada kalangan mahasiswi FEBI. 2). Untuk mengetahui pengaruh produk kosmetik yang berlabel halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada kalangan mahasiswi FEBI. 3). Untuk mengetahui produk kosmetik apa saja yang diminati mahasiswi FEBI dan apakah produk kosmetik tersebut sudah berlabel halal.Penelitian ini dilaksanakan di perguruan tinggi UIN SMH Banten pada fakultas FEBI dengan jumlah populasi sebanyak 2.164 mahasiswa/i dan sampel sebanyak 96 orang. Populasi diambil dari keseluruhan pengguna kosmetik berlabel halal dan tidak, adapun teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Dengan teknik pengumpulan data: angket dan studi pustaka.

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah: Dari faktor-faktor di atas peneliti memilih menggunakan faktor internal dan eksternal yang terdiri dari produk, promosi, label halal, dan logo halal.

Hasil analisis data di atas menunjukkan bahwa variabel produk (X_1), promosi (X_2), label halal (X_3), dan logo halal (X_4) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) menunjukkan nilai rata-rata skor jawaban sebesar 8,22% yang artinya kebanyakan konsumen yang menyadari dan mengetahui bahwa label atau logo halal pada produk sangat penting untuk dikonsumsi, baik berupa makanan, minuman, maupun kosmetik dan obat-obatan. Dari analisis Skala Guttman, titik kesesuaian dibawah 50% yaitu 8,22% sehingga dapat dikatakan pengaruh faktor-faktor yang terdiri dari produk, promosi, label halal dan logo halal tidak sesuai dengan keputusan pembelian kosmetik berlabel halal pada kenyataannya. Banyak konsumen yang memakai produk berlabel halal, dan tak sedikitpun konsumen yang memakai produk belum berlabel halal.

Kata kunci: Label Halal, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian