

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH LABELISASI HALAL, MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT* (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA)

Salah satu produk kecantikan yang menjadi top *brand* no. 1 adalah produk *scarlett*. Ada beberapa pengaruh yang perlu diperhatikan saat menggunakan suatu produk perawatan kulit seperti adanya pengaruh atau tidak pada labelisasi halal, merek, harga dan kualitas produk. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan analisis pengaruh labelisasi halal, merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan: 1) Apakah labelisasi halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?, 2) Apakah merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?, 3) Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?, 4) Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?, 5) Apakah labelisasi halal, merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian Kuantitatif. Pengambilan data menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan sampel mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

Hasil penelitian ini adalah 1) Variabel Labelisasi Halal (X1) dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura, 2) Variabel Merek (X2) dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas trunojoyo Madura, 3) Variabel Harga (X3) dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas trunojoyo Madura, 4) Variabel Kualitas Produk (X4) dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas trunojoyo Madura, dan 5) Variabel Labelisasi Halal, Merek, Harga, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

Kata Kunci : Labelisasi Halal, Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF HALAL LABELIZATION, BRAND, PRICE, AND PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE DECISIONS OF SCARLETT'S PRODUCTS (STUDY ON STUDENTS OF TRUNOJOYO MADURA UNIVERSITY)

One of the beauty products that became the top brand no. 1 is a scarlett product. There are several influences that need to be considered when using a skin care product such as whether or not there is an influence on halal labeling, brand, price and product quality. Therefore, the authors are interested in analyzing the influence of halal labeling, brands, prices and product quality on purchasing decisions for Scarlett products at Trunojoyo Madura University students. This study aims to answer the questions: 1) Does halal labeling partially influence the decision to purchase Scarlett products for Trunojoyo Madura University students?, 2) Does the brand partially influence the purchasing decisions for Scarlett products for Trunojoyo Madura University students?, 3) What is the price? partially influence the decision to purchase scarlett products for Trunojoyo Madura University students?, 4) Does product quality partially affect the purchasing decisions for scarlett products for Trunojoyo Madura University students?, 5) Does halal labeling, brand, price, and product quality have a significant effect simultaneously on the decision to purchase scarlett products on Trunojoyo Madura University students?.

This research is a type of quantitative research. Retrieval of data using primary data sources and secondary data. The data collection technique was by distributing questionnaires using a sample of Trunojoyo Madura University students.

The results of this study were 1) The Halal Labeling Variable (X1) was stated to have a significant effect on the purchasing decision (Y) of scarlett products at Trunojoyo Madura University students, 2) The Brand Variable (X2) was stated to have no significant effect on the purchasing decisions (Y) of scarlett products on Trunojoyo Madura University students, 3) Price Variable (X3) is stated to have a significant effect on purchasing decisions (Y) Scarlett products on Trunojoyo Madura University students, 4) Product Quality Variable (X4) is stated to have a significant effect on purchasing decisions (Y) Scarlett products on students Trunojoyo Madura University, and 5) Halal Labeling Variables, Brands, Prices, product quality have a significant effect on the purchasing decision of scarlett products on Trunojoyo Madura University students.

Keywords: Halal Labeling, Brand, Price, Product Quality, Purchase Decision.