

ABSTRAK

Perilaku Mahasiswa Muslim Menggunakan Produk Skincare MS Glow: Pendekatan Factor Analysis (Studi Mahasiswa STAI Al-Hamidiyah Bangkalan)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa STAI Al-Hamidiyah Bangkalan menggunakan skincare MS Glow. Dalam penelitian ini menggunakan sebanyak 9 variabel faktor yang meliputi: brand image, kualitas produk, label halal, gaya hidup (lifestyle), distribusi, rekomendasi, pengetahuan, harga, promosi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif , dengan jenis penelitian survey lapangan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi , dengan jumlah responden 116 orang dari total keseluruhan jumlah mahasiswa STAI Al-Hamidiyah sebanyak 395 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* dengan cara *Purposive Sampling*. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Analisis Faktor.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) Nilai KMO MSA (kaiser meyer olkin Measure of Sampling Adequacy) pada tabel adalah 0,799 (> 0,5). Selain itu uji Barlett's Test of Sphericity menunjukkan nilai chi-square sebesar 231,177 dengan signifikansi 0,000 (<0,5). Ini mengandung makna adanya korelasi antar variabel sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa indikator cukup valid; (2) setelah dilakukan analisis lebih lanjut menggunakan analisis faktor dari ke 9 variabel faktor awal, maka membentuk 2 faktor baru (berdasarkan nilai eigen value > 1) yaitu faktor 1 adalah Brand Image, faktor 2 Kualitas Produk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ke 2 faktor tersebut yang mempengaruhi mahasiswa STAI Al-Hamidiyah Bangkalan menggunakan skincare MS Glow.

Kata Kunci: Analisis Faktor, Keputusan Menggunakan Skincare MS Glow, Kosmetik Halal.

ABSTRACT

Muslim Student Behavior Using MS Glow Skincare Products: Factor Analysis Approach (Student Study of STAI Al-Hamidiyah Bangkalan)

This study aims to find out what are the factors that influence STAI Al-Hamidiyah Bangkalan students using MS Glow skincare. In this study, 9 variable factors were used which included: brand image, product quality, halal label, lifestyle, distribution, recommendation, knowledge, price, promotion.

The method used in this study is a quantitative approach, with the type of field survey research. Data collection techniques used questionnaires and documentation, with 116 respondents out of a total of 395 STAI Al-Hamidiyah students. The sampling technique uses Non Probability Sampling by Purposive Sampling. Data analysis techniques using Validity Test, Reliability Test, and Factor Analysis.

The results showed: (1) The value of the KMO MSA (Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy) in the table is 0.799 (> 0.5). In addition, the Barlett's Test of Sphericity showed a chi-square value of 231.177 with a significance of 0.000 (< 0.5). This implies that there is a correlation between variables so that it can be concluded that the indicators are quite valid; (2) after further analysis using factor analysis of the 9 initial factor variables, 2 new factors are formed (based on eigen value > 1), namely factor 1 is Brand Image, factor 2 is Product Quality. So it can be concluded that these two factors influenced STAI Al-Hamidiyah Bangkalan students to use MS Glow skincare.

Keywords: Factor Analysis, Decision to Use Skincare MS Glow, Halal Cosmetics.