

ABSTRAK

Khusnul Khotimah, Pengaruh Harga, *Celebrity Endorser*, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Wardah (studi pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). Dibawah bimbingan Hadi Purnomo, S.E., M.M.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang ada, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh harga, *celebrity endorser*, dan label halal terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif. Adapun subjek yang digunakan dalam penelitian ini ialah Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura dengan teknik pengambilan sampel berupa *purposive sampling* dan sampel sebanyak 96 responden, kemudian alat pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara harga, *Celebrity Endorser*, dan Label Halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura, baik hasil uji secara parsial maupun simultan. Adapun hasil koefisien determinasi yakni sebesar 0.518, yang bermakna 51,8% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh adanya variabel Harga (X1), *Celebrity Endorser* (X2), Label Halal (X3). Sedangkan, 48,2 % lainnya ialah pengaruh dari variabel-variabel lain diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, *Celebrity Endorser*, Label Halal, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Khusnul Khotimah, Effect of Price, Celebrity Endorser, and Halal Label on Purchasing Decisions of Wardah Brand Cosmetic Products (study of female students of the Faculty of Economics and Business, University of Trunojoyo Madura). Under the guidance of Hadi Purnomo, S.E., M.M.

Based on the existing phenomena and problems, this study aims to determine the effect of price, celebrity endorsers, and halal labels on purchasing decisions. The method used in this research is quantitative. The subjects used in this study were female students of the Faculty of Economics and Business, University of Trunojoyo Madura. The sampling technique was purposive sampling and a sample of 96 respondents, then the data collection tool in this study used a questionnaire.

The results of this study indicate that there is an influence between price, Celebrity Endorser, and Halal Label on the decision to purchase Wardah brand cosmetic products for students of the Faculty of Economics and Business, University of Trunojoyo Madura, both partial and simultaneous test results. The result of the coefficient of determination is 0.518, which means that 51.8% of the purchasing decision is influenced by the variables Price (X1), Celebrity Endorser (X2), Halal Label (X3). While the other 48.2% is the influence of other variables outside the variables examined in this study.

Keywords : Price, Celebrity Endorser, Halal Label, Purchasing Decision