

ABSTRAK

Tingginya minat masyarakat terhadap produk perawatan kulit, khususnya body lotion Marina yang dikenal dengan harga terjangkau, kualitas unggul, kandungan yang aman, serta telah bersertifikat halal. Selain itu, sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim, aspek label halal menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian produk kosmetik. Fenomena maraknya penggunaan *influencer* dalam strategi pemasaran juga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, khususnya generasi muda. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan dalam studi sebelumnya yang belum banyak mengkaji pengaruh keempat faktor tersebut secara simultan dalam konteks produk kosmetik halal. Dengan menggunakan subjek penelitian Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura sebagai konsumen yang cenderung mempertimbangkan aspek syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Label Halal, Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian body lotion Marina pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan berupa data primer dan sekunder, populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi universitas trunojoyo madura, metode penentuan sampel dengan rumus lemesshow dengan teknik purposive sampling yang menghasilkan sampel sejumlah 100 responden, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuisioner dengan pengukuran data menggunakan skala likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (terpisah) variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *body lotion* Marina dengan nilai signifikannya kurang 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan nilai t hitungnya $4,474 > 1,966$, variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *body lotion* Marina dengan nilai signifikannya kurang 0,000 ($0,000 < 0,05$) dengan nilai t hitungnya $4,582 > 1,966$, variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *body lotion* Marina dengan nilai signifikannya kurang 0,011 ($0,11 < 0,05$) dengan nilai t hitungnya $2,571 > 1,966$, variabel *influencer marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *body lotion* Marina dengan nilai signifikannya kurang 0,045 ($0,045 < 0,05$) dengan nilai t hitungnya $2,009 > 1,966$. Secara simultan keempat variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan dikarenakan nilai sig lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Label Halal, Influencer Marketing dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The high public interest in skin care products, especially Marina body lotion which is known for its affordable price, superior quality, safe content, and has been halal certified. In addition, as a country with a Muslim majority population, the halal label aspect is an important factor in the decision to purchase cosmetic products. The phenomenon of the widespread use of influencers in marketing strategies is also a special attraction for consumers, especially the younger generation. This study attempts to fill the gap in previous studies that have not examined the influence of these four factors simultaneously in the context of halal cosmetic products. By using research subjects of Trunojoyo University Madura students as consumers who tend to consider sharia aspects. This study aims to determine the Effect of Price, Product Quality, Halal Label, and Influencer Marketing on Purchase Decisions for Marina body lotion on Trunojoyo University Madura students.

The research method used in this study is a descriptive method with a quantitative approach. The types of data used are primary and secondary data, the population in this study were students of Trunojoyo University, Madura, the method of determining the sample using the Lemesshow formula with a purposive sampling technique that produced a sample of 100 respondents, this study uses a data collection technique in the form of distributing questionnaires with data measurement using a Likert scale.

The results of the study indicate that partially (separately) the price variable has a positive and significant effect on the decision to purchase Marina body lotion with a significance value of less than 0.000 ($0.000 < 0.05$) and a t-count value of $4.474 > 1.966$, the product quality variable has a positive and significant effect on the decision to purchase Marina body lotion with a significance value of less than 0.000 ($0.000 < 0.05$) with a t-count value of $4.582 > 1.966$, the halal label variable has a positive and significant effect on the decision to purchase Marina body lotion with a significance value of less than 0.011 ($0.11 < 0.05$) with a t-count value of $2.571 > 1.966$, the influencer marketing variable has a positive and significant effect on the decision to purchase Marina body lotion with a significance value of less than 0.045 ($0.045 < 0.05$) with a t-count value of $2.009 > 1.966$. Simultaneously, the four variables have a positive and significant effect because the sig value is less than 0.05 ($0.000 < 0.05$).

Keywords: Price, Product Quality, Halal Label, Influencer Marketing and Purchasing Decisions