

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran Halal, Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Menggunakan kosmetik berlabel halal. Teknik penyebaran sampel pada penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang di sebar kepada Mahasiswi Fakultas Keislaman yang menggunakan kosmetik.

Dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner penelitian ini menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang. Dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pengujian asumsi klasik, uji regresi linier berganda , uji F (simultan) uji T (parsial) dan uji determinan.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis tersebut. Bahwa variabel kesadaran, harga dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan kosmetik berlabel halal. Sedangkan jika di uji secara (parsial) atau sendiri-sendiri tidak semua 3 variabel tersebut berpengaruh terhadap minat menggunakan hanya saja variabel kesadaran yang berpengaruh terhadap minat menggunakan, untuk variabel harga dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

Kata kunci : Minat Menggunakan, Kosmetik, Kesadaran, Label Halal, harga dan kualitas produk

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Halal awareness, price and product quality on interest in using cosmetics labeled halal. The technique of distributing the sample in this study was using a questionnaire which was distributed to students of the Islamic Faculty who used cosmetics.

With data collection techniques using a questionnaire, this research uses a Likert scale which is used to measure a person's attitudes, opinions and perceptions. And the analytical method used in this research is using classical assumption test, multiple linear regression test, F test (simultaneous), T test (partial) and determinant test.

Based on the results of research by using the analysis method. That the variables of awareness, price and product quality together (simultaneously) have an influence on interest in using cosmetics labeled halal. Meanwhile, if tested (partially) or individually, not all of these 3 variables affect the interest in using it, only the awareness variable that affects the interest in using, for the price and product quality variables have no effect on interest in using.

Keywords: Interest in Using, Cosmetics, Awareness, Halal Label, price and product quality

