

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA)

Saat ini perusahaan-perusahaan banyak yang menawarkan berbagai produk kecantikan baik dari produk yang biasa di pakai sampai produk yang tidak biasa, selain itu di Indonesia juga memiliki banyak sekali merk produk kecantikan salah satunya adalah produk kecantikan scarlett. Penelitian ini bertujuan untuk melihat secara ilmiah apakah benar kualitas produk, harga, dan label halal dapat mempengaruhi sebuah keputusan pembelian pada suatu produk.

Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, variabel yang dipakai kualitas produk, harga, dan label halal. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang di sebar melalui goggle formulir dengan jumlah 96 responden dari mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Heteroskedastisitas, Multikolinearitas), Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi (R^2), dan Uji Hipotesis (Uji F dan Uji t) dengan program IBM SPSS Statistic 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, harga, dan label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk scarlett dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} = 39,426 > F_{tabel} = 2,70$. Sementara secara parsial, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk scarlett, karena nilai sig. $0,095 > 0,05$. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk scarlett dengan nilai sig. $0,005 < 0,05$. Label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk scarlett dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Label Halal, Keputusan Pembelian, Scarlett

ABSTRAC

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND HALAL LABEL ON PURCHASING DECISIONS FOR SCARLETT PRODUCT (STUDY ON STUDENTS OF TRUNOJOYO MADURA UNIVERSITY)

Currently, many companies offer a variety of beauty product, ranging from commonly used product. Besides that Indonesia also has many brands of beauty product, one of which is scarlett beauty product. This study aims to see scientifically whether product quality, price, and halal label can influence a purchasing decision on a product.

The research method used is quatitative, the variables used are product quality, price, and halal label. The data collection technique used a questionnaire which was distributed through a goggle form with amount of 96 respondents from Trunojoyo Madura University students. Data analysis in this study used Instrument Test (Validity and Reliability), Classical Assumption Test (Normality, Heteroscedasticity, Multicollinearity), Multiple Linear Regression Analysis, Coefficient of Determination (R^2), and Hypothesis Testing (Test F and t) with the IBM SPSS Statistic 16.

The results of this study indicate that the product quality, price, and halal label variables simultaneously influence the purchasing decision of scarlett products with a value of sig. $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} = 39,426 > F_{tabel} = 2,70$. Mean while partially product quality has no effect on purchasing decisions for scarlett product because the value of sig. $0,095 > 0,05$. Price has an effect the purchasing decision for scarlett product with a value of sig. $0,005 < 0,05$. Halal label has an effect the purchasing decision for scarlett product with a value of sig. $0,000 < 0,05$.

Keywords: Quality Product, Price, Halal Label, Purchase Decision, Scarlett