

ABSTRAK

Intan Yunianti (1520220021) dengan judul **“Pengaruh Halal Branding, Dan Marketing Sosial Media Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik MS Glow Pada Masyarakat Desa Purwosari Kecamatan Tlogowungu Kabupaten Pati” Skripsi. Kudus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah. IAIN Kudus 2023.**

Penelitian ini mengkaji mengenai halal branding dan marketing sosial media Terhadap minat beli Konsumen Produk Kosmetik MS Glow Pada Masyarakat Desa Purwosari Kecamatan Tlogowungu Kabupaten Pati Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif yang mana teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui 1) Untuk mengetahui pengaruh halal branding terhadap minat beli konsumen produk kosmetik MS Glow pada masyarakat desa Purwosari Kecamatan Tlogowungu Kabupaten Pati. 2) Untuk mengetahui pengaruh marketing sosial media terhadap minat beli konsumen produk kosmetik MS Glow pada masyarakat desa Purwosari Kecamatan Tlogowungu Kabupaten Pati. 3) Untuk mengetahui pengaruh halal branding dan marketing sosial media terhadap minat beli konsumen produk kosmetik MS Glow pada masyarakat desa Purwosari Kecamatan Tlogowungu Kabupaten Pati.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya:1) halal branding berpengaruh terhadap minat beli konsumen yang ditunjukkan dengan nilai t hitung lebih besar dari t table ($4,115 > 1,984$). 2) marketing sosial media berpengaruh terhadap minat beli yang ditunjukkan dengan nilai t hitung lebih besar dari t table ($4,270 > 1,984$). 3) halal branding dan marketing sosial media berpengaruh terhadap minat beli yang ditunjukkan dengan nilai F hitung lebih besar dari F table ($111,296 > 3,09$). Hasil dari koefisiensi determinasi (R^2) yaitu $= 0,696$. Hal ini menunjukkan Halal Branding dan Marketing Sosial Media terhadap minat beli Konsumen Produk Kosmetik MS Glow Pada Masyarakat Desa Purwosari Kecamatan Tlogowungu Kabupaten Pati sebesar 69,6%. Sedangkan sisanya sebesar 30,4% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian.

Kata Kunci : *halal branding; marketing sosial media; minat beli*