

ABSTRAK

Fitriyaning Astutik (NIM: 212286). Pengaruh labelisasi halal, kreativitas iklan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk wardah (studi Kasus Pada Pondok Pesantren Darul Falah Kudus). Skripsi, Kudus: jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Kudus, 2017.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh labelisasi halal, kreativitas iklan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk wardah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal, kreativitas iklan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk wardah.

Populasi dalam penelitian ini adalah 130 santri dari Pondok Pesantren Darul Falah yang masih berstatus sebagai siswi SMA dan Mahasiswi yang mengetahui produk wardah atau pernah menggunakan tapi sekarang tidak lagi. Sampel yang digunakan ditentukan dengan metode *probability sampling* yaitu dengan menggunakan *random sampling* sejumlah 95 responden.

Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda yang diolah dengan program SPSS 16,0. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial variabel labelisasi halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wardah, hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung yang lebih besar dari pada t tabel ($4,149 > 1,986$). Secara parsial variabel kreativitas iklan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wardah terlihat dari nilai t hitung yang lebih besar dari pada nilai t tabel ($2,481 > 1,986$). Dan secara parsial variabel gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wardah, hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung yang lebih besar dari pada t tabel ($2,081 > 1,986$). Hasil analisis regresi linier berganda (*linier multiple regresion*) dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*coefficient of determination*) yang dinotasikan dengan Adjusted R Square besarnya 0,250 hal ini berarti 25% variasi keputusan pembelian produk wardah dapat dijelaskan oleh variasi ketiga variabel independen, labelisasi halal, kreativitas iklan dan gaya hidup dan sisanya ($100\% - 25\% = 75\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang belum diteliti oleh penulis dan tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata kunci: *Labelisasi Halal, Kreativitas Iklan, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian*