

## ABSTRAK

**Winda Yanti (NIM. 1620210195).** Penelitian ini berjudul Pengaruh *Brand Image*, Gaya Hidup Konsumtif, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mutia Vie *Skincare* dan Natasha *Skincare* ( Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017- 2019 ). Skripsi, Kudus : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus, 2020.

Tujuan penelitian ini adalah : *Pertama*, untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Mutia Vie *skincare* dan Natasha *skincare*. *Kedua*, , untuk mengetahui pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap keputusan pembelian produk Mutia Vie *skincare* dan Natasha *skincare*. *Ketiga*, untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk Mutia Vie *skincare* dan Natasha *skincare*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian *field research* ( penelitian lapangan ) dengan menggunakan metode angket yang disebarakan secara langsung pada 100 mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2017- 2019 yang menggunakan produk Mutia Vie *skincare* dan Natasha *skincare*, adapun tehknik pengambilan sampel menggunakan *sampling purposive*. Metode analisis data menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan program olah data SPSS versi 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan : *Pertama*, terdapat pengaruh yang signifikan antara *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Mutia Vie *skincare* dan Natasha *skincare*. *Kedua*, terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup konsumtif terhadap keputusan pembelian produk Mutia Vie *skincare* dan Natasha *skincare*. *Ketiga*, terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian produk Mutia Vie *skincare* dan Natasha *skincare*.

**Kata Kunci : *Brand Image*, Gaya Hidup Konsumtif, Label Halal, Keputusan Pembelian**