

ABSTRAK

Diana Lusi Lestari, 1620310074, Pengaruh Merek, Negara Asal (*Country of Origin*), dan Label Halal Terhadap Sikap Konsumen dalam Memilih Produk Kosmetik (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Wardah di Kudus).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh merek, negara asal (*country of origin*) dan label halal terhadap sikap konsumen dalam memilih kosmetik pada konsumen produk wardah di Kudus.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kudus yang pernah menggunakan produk wardah dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden yang dipilih menggunakan metode *Simple Random Sampling*. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner dan pengumpulan data sekunder menggunakan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan metode analisis data yaitu analisis regresi berganda, uji t, koefisien determinasi (R^2), dan uji asumsi klasik. Sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS versi 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa merek, negara asal (*country of origin*) dan label halal secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen. Secara parsial merek, negara asal (*country of origin*) dan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen. Nilai *R Square* yang didapat melalui pengujian Koefisien Determinan (R^2) adalah sebesar 0,464 yang berarti 46,4% sikap konsumen sebagai variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu merek, negara asal (*country of origin*), dan label halal. Sedangkan sisanya 54,6% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Merek, Negara Asal (*Country Of Origin*), Label dan Sikap konsumen