

## ABSTRAK

**Eka Fitriyanti, 1820210115, Pengaruh Labelisasi Halal dan Label BPOM terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018.**

Semakin meningkatnya pemakaian produk kecantikan yang ada di kalangan masyarakat maka dampak yang ditimbulkan dari pemakaian produk kecantikan itu juga semakin banyak. Banyak konsumen yang belum mengetahui bahan-bahan yang terkandung didalamnya apakah berasal dari bahan yang berbahaya ataupun tidak dan dalam pengawasan oleh dokter ataupun tidak.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu: *Pertama*, untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018. *Kedua*, untuk mengetahui pengaruh label BPOM terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018. Penelitian ini merupakan jenis penelitian *field research* atau penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuesioner (angket), teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang disebar ke 82 mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018 yang pernah membeli dan juga menggunakan produk MS Glow.

Penelitian ini memberikan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018. Hal tersebut dibuktikan dari nilai  $t$  hitung yang lebih besar daripada  $t$  tabel ( $4,035 > 1,664$ ), dan nilai Sig ( $p$  value) sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Terdapat pengaruh yang signifikan antara label BPOM terhadap keputusan pembelian produk MS Glow pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018. Hal tersebut dibuktikan dari nilai  $t$  hitung yang lebih besar daripada  $t$  tabel ( $10,589 > 1,664$ ), dan nilai Sig ( $p$  value) sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Label BPOM mempunyai pengaruh yang lebih besar daripada labelisasi halal, hal tersebut dibuktikan dari nilai  $t$  hitung variabel label BPOM lebih besar daripada  $t$  hitung variabel labelisasi halal ( $10,589 > 4,035$ ). Adapun hasil dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) memberikan hasil bahwa nilai korelasi yaitu 0,885 dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,777 artinya 77,7% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel labelisasi halal dan label BPOM. Sementara variabel lain diluar penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 22,3%.

**Kata Kunci:** Labelisasi Halal, Label BPOM, dan Keputusan Pembelian.