

## ABSTRAK

**Putri Intan Ayu Sari, NIM 1720210135. “Pengaruh *Islamic Branding*, Label Halal, Dan Harga Terhadap Keputusan Pengguna Berpindah Merek Ke Kosmetik Wardah ( Studi Kasus Pengguna Kosmetik Wardah Pada Toko Daily Beauty Kudus) Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus 2022.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Islamic branding*, label halal dan harga terhadap keputusan pengguna berpindah merek ke kosmetik wardah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena bentuk penelitiannya digunakan dengan data yang berbentuk angka. Populasi dalam penelitian ini mencakup pengguna kosmetik wardah yang membeli produk di toko Daily Beauty Kudus. Data yang telaj terkumpul kemudian dianalisis validitas dan reliabilitasnya dan selanjutnya dianalisis menggunakan SPSS versi 23.

Hasil dari penelitian ini bahwa *Islamic branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna berpindah merek ke kosmetik wardah. Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna berpindah merek ke kosmetik wardah. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna berpindah merek ke kosmetik. Jadi dari ketiga hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa *Islamic branding*, label halal dan harga dapat meningkatkan keputusan pengguna berpindah merek ke kosmetik wardah. Berdasarkan temuan tersebut pertama, bahwa *Islamic branding* mampu membuat konsumen tertarik karena hal baru dimana *Islamic branding* memunculkan perbedaan dari produk-produk lainnya sehingga membuat konsumen tertarik. Kedua, bahwa label halal mampu menambah keyakinan pada konsumen untuk menggunakan produk yang sudah terdapat label halal dari pada produk yang belum terdapat label halalnya. Ketiga, bahwa ketepatan dalam penentuan harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan mampu meningkatkan penjualan dan juga keuntungan.

Kata kunci: *Islamic branding*; label halal; harga; berpindah merek.