

ABSTRAK

Elfi Kodriyah (1820210018). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Harga, Dan *Brand Image* Terhadap Minat pembelian Produk Kosmetik Scalett Whitening Pada Muslim Milenial Di Kabupaten Demak.

Skripsi ini bertujuan untuk menguji secara empiris mengenai pengaruh labelisasi halal, kualitas produk, harga, dan *brand image* terhadap minat pembelian produk kosmetik scalett whitening pada muslim milenial di kabupaten demak. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk Scarlett Whitening di Kabupaten Demak.. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode sampel *accidental sampling*. Jumlah sampel yang sebanyak 349 responden. Sumber data penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form* dan diolah melalui SPSS versi 26. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis linier berganda, serta uji hipotesis yang meliputi uji f, t, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian skripsi ini menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada muslim milenial di Kabupaten Demak, hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ ($3,638 > 1,966$) dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada muslim milenial di Kabupaten Demak. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ ($3,131 > 1,966$) dengan nilai signifikan ($0,002 < 0,05$). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada muslim milenial di Kabupaten Demak. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ ($3,847 > 1,966$) dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada muslim milenial di Kabupaten Demak. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ ($10,186 > 1,966$). Dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Label halal, kualitas produk, harga, dan *brand image* berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap minat pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada muslim milenial di Kabupaten Demak. Hal ini dibuktikan dari uji F menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} 317,605 > F_{tabel} 2,397$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Harga, *Brand Image*, Minat Pembelian