

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi
dan Bisnis

Program Studi S-1
Manajemen

2020

Inggrid Ajeng Letari

120.2016.077

“ Pengaruh Label Halal, *Celebrity Endorser* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream di DKI Jakarta serta tinjauannya dari Sudut Pandang Islam”

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh Label Halal, Celebrity Endorser dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah *Exclusive Matte Lip Cream*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Masyarakat DKI Jakarta. Teknik pengambilan sample ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan penetapan ukuran sample menggunakan rumus *hair* dengan jumlah sample 190 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda, uji t (parsial) dan uji f (simultan). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) secara parsial Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) secara parsial *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) secara parsial Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) secara simultan Label Halal, *Celebrity Endorser*, dan Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (5) Tinjauan dari sudut pandang Islam, Wardah tidak bertentang dengan prinsip-prinsip ajaran Islam, Wardah selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan selalu mempertahankan Label halal dalam menciptakan produk-nya,

Kata Kunci :Label Halal, *Celebrity Endorser*, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Faculty of Economics & Business

Study Program S-1 Management

2020

InggridAjeng Lestari

120.2016.077

The Influence Of Halal Label, Celebrity Endorser and Price on Purchasing Decisions Wardah Exclusive Matte Lip Creamin DKI Jakartaand Reviewed From An Islamic Perspective.

Abstract

This study aims to determine whether there is an effect of halal label, celebrity endorser and price on purchasing decision wardah exclusive matte lip cream. The sample in this study was DKI Jakarta society. The sampling technique uses purposive sampling technique and determination of sample size using the hair formula with 190 respondent. The data was collected using questionnaires. The method of data analysis is multiple regression analysis, t test (partial) and f test (simultaneous). Based on the results of the study concluded: (1) halal label have a positive and significant effect on purchasing decision, (2) celebrity endorser have a positive and significant effect on purchasing decision, (3) price have a positive and significant effect on purchasing decision, (4) halal label, celebrity endorser and price simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions. (5) According to the Islamic view, Wardah does not contradict the principles of Islamic teachings, Wardah always maintains consumer trust by always maintaining the halal label in creating its products.

Keywords: *halal label, celebrity endorser, price, purchasing decision*