

ABSTRAK

Siti Zubaidah. 2024. *Pengaruh Label Halal dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dra. Hj. Faridah, M.H.I.

Kata Kunci: Label Halal, Pengetahuan Produk, Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan industri kosmetik yang semakin meningkat dengan banyaknya produk kosmetik yang muncul, mulai dari *skincare* maupun *make up*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel label halal dan pengetahuan produk berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian produk skincare Azarine di Kecamatan Kertak Hanyar.

Penelitian ini merupakan penelitian jenis lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Penentuan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan menggunakan rumus *lemeshow* dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis data menggunakan program *SPSS 22*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel label halal (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) karena nilai signifikansi variabel label halal $0,000 < 0,10$ dan nilai t_{hitung} label halal $5,631 >$ nilai t_{tabel} $1,290$. Selain itu, variabel pengetahuan produk (X_2) juga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) dikarenakan nilai signifikansi pengetahuan produk $0,046 < 0,10$ dan nilai t_{hitung} pengetahuan produk $2,020 >$ nilai t_{tabel} $1,290$. Label halal (X_1) dan pengetahuan produk (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) yang dimana signifikansi dari label halal dan pengetahuan produk $0,000 < 0,10$. Selain itu pada nilai f_{hitung} $33,195 > f_{tabel}$ $2,36$.