

## ABSTRAK

**Siti Nurhalimah.** 2020. Pengaruh Harga Tren dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal Mahasiswi se-Kalimantan Selatan. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing (I) Dr. H. Sukarni, M.Ag., (II) Hariyanto, S.E., M.M

**Kata Kunci:** Harga, Tren dan Religiusitas dan Minat

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya industri kosmetik setiap tahun dan maraknya gaya hidup *halal lifestyle* di tengah masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh dari variabel harga, tren dan religiusitas terhadap minat beli kosmetik halal mahasiswi di Kalimantan Selatan. Khususnya 5 Universitas yang telah ditentukan penulis. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder dengan pendekatan kuantitatif. Data primer yang berhasil dikumpulkan yaitu sebanyak 398 responden dari 5 Perguruan tinggi yang ada di Kalimantan Selatan,

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini yaitu menggunakan *cluster sampling*, kemudian data yang didapat diproses menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil statistik menggunakan SPSS 25 *for windows* menunjukkan bahwa secara simultan (uji f) menyatakan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu variabel harga (X1), tren (X2) dan religiusitas (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat beli kosmetik halal mahasiswi se-Kalimantan Selatan dengan  $f_{hitung} = 118,603 > f_{tabel} 2,63$  dan probabilitas signifikan sebesar 0,000. Uji parsial (uji t) menyatakan bahwa dari ketiga variabel bebas hanya variabel harga (X1) yang tidak berpengaruh, sedangkan variabel tren (X2) dan religiusitas (X3) berpengaruh secara parsial terhadap minat beli kosmetik halal mahasiswi se-Kalimantan Selatan. Koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,475 atau sama dengan 47,5%. Angka tersebut menjelaskan variabel (X1), (X2) dan (X3) berpengaruh terhadap variabel minat beli (Y) sebesar 47,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.