

ABSTRAK

Ainul Hayatin Nisa. 2023. *Pengaruh Produk Hijau, Sertifikasi Halal, dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Muhaimin, S.Ag., M.A.

Kata Kunci: Keputusan pembelian, produk hijau, sertifikasi halal, dan kesadaran halal.

Penelitian ini bertolak dari perilaku konsumen dalam menanggapi isu-isu kerusakan lingkungan dan memperhatikan status kehalalan suatu produk khususnya produk impor yang sesuai dengan prinsip syariat Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial produk hijau, sertifikasi halal, dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk Oriflame di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Oriflame di Kota Banjarmasin. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 sampel dengan penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 25.

Hasil secara simultan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($43,193 > 2,704$) dan nilai sig. $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Adapun hasil secara parsial menunjukkan variabel produk hijau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,353 > 1,986$) dan nilai sig. $< 0,05$ ($0,001 < 0,05$), variabel sertifikasi halal $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,629 > 1,986$) dan nilai sig. $< 0,05$ ($0,010 < 0,05$), serta variabel kesadaran halal $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,475 > 1,986$) dan nilai sig. $< 0,05$ ($0,001 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan produk hijau, sertifikasi halal, dan kesadaran halal secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Oriflame di Kota Banjarmasin.