

ABSTRAK

Anisa Diyanti Salim. 2023. *Pengaruh Celebrity Endorse, Ulasan Pelanggan Secara Daring, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi Pada Mahasiswa Uin Antasari)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Kata Kunci: Celebrity Endorse, Ulasan Pelanggan secara Daring, Label Halal, Keputusan Pembelian.

Di Indonesia mulai bermunculan berbagai *brand skincare* lokal yang berkembang pesat dengan mengusung produk yang mengandung bahan berkualitas tinggi, kemasan yang menarik serta memiliki sertifikat BPOM dan Halal. Saat ini, konsumen mulai menyadari tentang pentingnya produk kecantikan yang telah memiliki label halal terutama konsumen muslim. Tidak hanya menawarkan produk yang berkualitas dan aman, promosi yang tepat sasaran dan kompetitif juga sangat dibutuhkan guna meningkatkan daya saing salah satunya promosi menggunakan sosial media tidak lepas dari makna orang yang terkenal atau yang dianggap populer di media sosial. Orang-orang ini dikenal dengan *influencer*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *celebrity endorse*, ulasan pelanggan secara daring, dan label halal secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare somethinc pada mahasiswa UIN Antasari.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang menggunakan produk *skincare somethinc* di UIN Antasari. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan aksidental sampling, serta pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS versi 22.

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorse*, ulasan pelanggan secara daring, dan label halal berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *skincare somethinc*, di dapat pada hasil nilai sig adalah $0,000 < 0,1$. Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorse* tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian karena hasil sig $0,736 > 0,1$, sedangkan variabel ulasan pelanggan secara daring berpengaruh secara parsial dengan hasil sig $0,000 < 0,1$ dan label halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk skincare somethinc dengan hasil sig $0,048 < 0,1$.