

ABSTRAK

Nadia Sari. 2024. *Pengaruh Duta Merek, Harga, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Generasi Z di Kota Banjarmasin.* Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Zaki Mubarak, M.Si.

Kata kunci: Duta Merek, Harga, Label Halal, Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan industri kosmetik yang sangat berkembang pesat di kalangan Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh duta merek, harga, dan label halal, terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada Generasi Z di Kota Banjarmasin secara simultan dan parsial.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sebanyak 100 responden sebagai sampel penelitian dan analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian ini hasil uji F menunjukkan bahwa variabel duta merek, harga, dan label halal berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Kosmetik Make Over dengan nilai Fhitung sebesar $10,088 > F$ tabel $3,09$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil uji T menunjukkan variabel duta merek dengan Signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel Harga dengan nilai signifikansi $0,062 > 0,05$ dan variabel label halal dengan nilai signifikansi $0,707 > 0,05$ tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Make Over pada Generasi Z di Kota Banjarmasin.