

ABSTRAK

PENGARUH HALAL LIFESTYLE, LABEL HALAL, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING

**(Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)
UIN Raden Fatah Palembang)**

**PUPUT HARIANA SARI SITOMPUL
2030602184**

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *halal lifestyle*, label halal, dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk scarlett whitening pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Fatah Palembang. Sampel yang diambil sebanyak 96 responden. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan program *spss version 26.0 for windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan *Halal Lifestyle*, Label Halal, dan Harga Bepengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dari hasil uji F diatas maka diperoleh F_{hitung} sebesar 83.529. Nilai $df_1 = k - 1$ atau $df_1 = 4 - 1 = 3$, sedangkan nilai $df_2 = n - k = 96 - 4 = 92$ dengan tingkat signifikansi 0,05 maka dapat diperoleh keputusan F_{tabel} yaitu sebesar 2.70. Sehingga diperoleh kepusan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $83,529 > 2,70$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ ini dapat diartikan bahwa hipotesis dietrima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel *Halal Lifestyle*, Label Halal, dan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Fatah Palembang.

Kata kunci: Halal Lifestyle, Label Halal, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

**PENGARUH HALAL LIFESTYLE, LABEL HALAL, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT
WHITENING
(Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)
UIN Raden Fatah Palembang)**

**PUPUT HARIANA SARI SITOMPUL
2030602184**

The purpose of the authors of this research is to identify the influence of halal lifestyle, halal label, and price on the purchase decision on scarlett whitening products in students of the Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI) UIN Raden Fatah Palembang. The sample was taken from 96 respondents. Researchers use quantitative research methods. The technique used in sampling uses purposive samplings. The data type used is primary data. Data collection techniques using questionnaires. The analysis technique in this study uses double linear regression analysis, using the spss version 26.0 for windows program.

The results of this study show that simultaneously Halal Lifestyle, Halal Label, and Price Affect Purchase Decisions. From the results of the F test above then obtained a calculation of 83.529. Value $df_1 = k - 1$ or $df_1 = 4 - 1 = 3$, whereas the value $df_2 = n - k = 96 - 4 = 92$ with a significance level of 0.05 then can be obtained the result F_{table} is of 2.70. So obtaining a fraction of $F_{calung} > F_{table}$ is of $83,529 > 2.70$ with the significance value of $0,000 < 0.05$ can be understood that the hypothesis is confirmed. It can then be concluded that simultaneously or jointly variables Halal Lifestyle, Halal Label, and Price have a positive and significant influence on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics of Islamic Business (FEBI) UIN Raden Fatah Palembang.

Keywords: Halal Lifestyle, Halal Label, Price and Purchase Decision