

***The Influence of Halal Label, Price And Product Quality To The
Wardah Lipstick Purchase Decision
(Study On RW 10 Sub-District Pengasinan Depok City)***

By

HANA SYAFIRA YUNITA

Abstract

This research is quantitative which aims to know the influence of halal label, price and product quality to purchase decision. Population in this research is resident at RW 10 sub-district Pengasinan Depok City. The sample size was taken by 75 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaires. Analytical technique used is the method of analysis PLS (partial Least Square). The results of this study indicate that (1) halal label has a positive influence of 0.119 and not significant. (2) the price has a positive effect of 0.752 and significant. (3) product quality has a positive effect of 0.042 and not significant. Of the three variables can be seen that the most dominant price variables influence the purchase decision, the three variables have an effect of 80.40% of the purchase decision and the rest of 19.60% influenced by other variables.

Keywords: halal label, price, product quality, and consumers decision

**Pengaruh Label Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Lipstik Wardah
(Studi Pada RW 10 Kelurahan Pengasinan Kota Depok)**

Oleh

HANA SYAFIRA YUNITA

Abstrak

Penelitian ini merupakan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah warga di RW 10 Kelurahan Pengasinan Kota Depok. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) label halal memiliki pengaruh positif sebesar 0,119 dan tidak signifikan. (2) harga memiliki pengaruh positif sebesar 0,752 dan signifikan. (3) kualitas produk memiliki pengaruh positif sebesar 0,042 dan tidak signifikan. Dari ketiga variabel tersebut dapat dilihat bahwa variabel harga paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian, ketiga variabel tersebut berpengaruh sebesar 80,40% terhadap keputusan pembelian dan sisanya sebesar 19,60% di pengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: label halal, harga dan kualitas produk, dan keputusan pembelian