

## ABSTRAK

Anifah Siti Nur. 2024 “*Pengaruh Kualitas Produk dan Label Halal MUI terhadap Minat Beli Skincare Ms Glow (Studi Kasus Konsumen Ms Glow di Desa Kedungharjo Kecamatan Widang Kabupaten Tuban)*” Unisda Lamongan (1) Syuhada, M.E.I. (2) Ahmad Munir Hamid, S.E, M.SEI.

### **Kata Kunci : Kualitas Produk, Label Halal, dan Minat Beli**

Kualitas produk dan label halal merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen dan sering kali digunakan konsumen sebagai dasar pertimbangan tertarik atau tidaknya terhadap suatu produk tersebut hingga memutuskan untuk melakukan pembelian. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh: (1) kualitas produk terhadap minat beli produk *skincare* Ms Glow di Desa Kedungharjo Kecamatan Widang Kabupaten Tuban, (2) label halal terhadap minat beli produk *skincare* Ms Glow di Desa Kedungharjo Kecamatan Widang Kabupaten Tuban (3) kualitas produk dan label halal secara simultan terhadap minat beli produk *skincare* Ms Glow di Desa Kedungharjo Kecamatan Widang Kabupaten Tuban.

Jenis Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data penulis menggunakan model pengumpulan data kuesioner melalui google form. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan *skincare* Ms Glow di Desa Kedungharjo Kecamatan Widang Kabupaten Tuban yang membeli produk *skincare* Ms Glow. Jumlah sampel yang di ambil sebanyak 30 responden dengan menggunakan sampel jenuh dimana semua populasi dijadikan sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh dan signifikan pada minat beli konsumen Ms Glow. Terbukti dengan nilai t hitung pada variabel kualitas produk adalah sebesar 2,077 dan t tabel memiliki nilai 2,056 yang menunjukkan bahwa t hitung > t tabel. Sedangkan nilai signifikansi sebesar  $0,047 < 0,05$  maka variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen *skincare* Ms Glow. Sedangkan Label Halal (X2) adalah t hitung sebesar 5,734 dan nilai t tabel sebesar 2,056 yang menunjukkan bahwa t hitung > t tabel. Sedangkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen *skincare* Ms Glow. Berdasarkan hasil uji F ( $39.688 > 2.96$ ) yang artinya variabel kualitas produk dan label halal jika diuji secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli. Berdasarkan hasil nilai R Square 0.727 atau 72,7% angka tersebut menunjukkan besar pengaruh variabel kualitas produk dan label halal terhadap variabel minat beli secara gabungan, sedangkan sisanya 27,3% dipengaruhi oleh faktor variabel lain di luar penelitian ini.