

## ABSTRAK

**Khasanah, Nur, Vinna**, 2024 “PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MS GLOW DI KARANGKEMBANG, KECAMATAN BABAT” Unisda Lamongan Pembimbing (1) SYUHADA’, M.E.I. (2) AHMAD MUNIR HAMID, S.E, M. SEI.

**Kata Kunci: Label Halal, Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian**

Penelitian ini membahas tentang bagaimana Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow. Sehingga tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh label halal, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Ms Glow oleh masyarakat di Desa Karangkembang Kecamatan Babat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Dalam penentuan sampel penelitian menggunakan rumus slovin dengan *Teknik non probability sampling* sehingga pengambilan keputusan sampel berjumlah 80 orang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda sebagai berikut  $Y = 3,316 + 0,271 X_1 + 0,301 X_2 + 0,160 X_3$ . Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bersifat normal, bebas multikolinearitas, tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa  $R^2$  sebesar 0,770 artinya label halal, citra merek, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 77 %, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar variabel penelitian ini. dari hasil uji T dalam penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian ini dari uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh secara simultan atau Bersama-sama terhadap keputusan pembelian.