

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Pengaruh Kehalalan Produk dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Wardah (Studi Kasus Pengguna Kosmetik Halal Wardah Di Kota Bukittinggi)**”. Disusun oleh **Anis Winarsih, NIM 3217091**, mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya produk-produk kosmetik yang tersebar di Indonesia, khususnya di kota Bukittinggi. Hal ini membuat masyarakat cenderung menggunakan produk kosmetik tanpa memperhatikan kehalalannya. Disamping itu tingkat pengetahuan masyarakat tentang kehalalan produk kosmetik masih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kehalalan produk dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian kosmetik halal wardah di kota Bukittinggi.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik sampel insidental sampling yang merupakan salah satu teknik pengumpulan data dari non probability sampling. Pengumpulan data dilakukan menggunakan cara penyebaran kuesioner dengan skala Litker (1-5) kepada konsumen pengguna kosmetik halal Wardah di kota Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan alat bantu *IBM SPSS Statistic 22*. Analisis penelitian ini meliputi uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji prasyarat data menggunakan uji normalitas, uji asumsi klasik menggunakan uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, Uji Hipotesis menggunakan uji T, uji F, uji koefisien korelasi (r), dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan kehalalan produk dan sikap konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan hasil regresi linear berganda yaitu $Y = 3,701 + 0,303 X_1 + 0,518 X_2$. Serta dibuktikan dengan nilai uji F hitung sebesar $116,439 > 3,09$ dengan tingkat kesalahan $0,000 < 0,05$ (taraf 5%). Dan juga dibuktikan dengan nilai determinasi (R^2) sebesar 0,7146 yang berarti bahwa pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y adalah sebesar 71,46% sedangkan sisanya sebesar 28,54% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Pengetahuan Kehalalan Produk, Sikap Konsumen, Keputusan Pembelian