

ABSTRAK

PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL, *RELIGIOUS COMMITMENT* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH (Studi pada Mahasiswi Muslimah di Fisip Universitas Lampung)

Oleh

Junia Ferlita Wiki

Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, *Religious Commitment*, dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi linier berganda dengan alat uji SPSS 23. Pengujian menggunakan uji R, uji F dan uji t. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 Mahasiswi Muslimah di Fisip Universitas Lampung. Hasil pengujian menggunakan uji t parsial ini menunjukkan bahwa Label Halal, *Religious Commitment* dan *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah, sedangkan Kesadaran Halal tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. Hasil pengujian secara menyeluruh menggunakan uji F simultan menunjukkan bahwa Label Halal, Kesadaran Halal, *Religious Commitment*, dan *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah.

Kata Kunci: **Label Halal, Kesadaran Halal, *Religious Commitment*, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian.**

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF HALAL LABEL, HALAL AWARENESS, RELIGIOUS COMMITMENT AND BRAND AMBASSADOR TO PURCHASING DECISION OF WARDAH COSMETICS

(Study on Muslimah student at the Fisip University of Lampung)

*By
Junia Ferlita Wiki*

This research is aim to determine “The influence of Halal Label, Halal Awareness, Religious Commitment and Brand Ambassador to Purchasing Decision of Wardah Cosmetics” (Study on Muslimah student at the Fisip University of Lampung). This type of research used in this research is quantitative approach deskripsiif. Analysis of the data in this study using multiple linear regression techniques by means of SPSS 23. Tests using the test R, F test and t test. The technique of collecting data using questionnaires. The sample in this was 100 muslimah student at the Fisip University Of Lampung. The test results using this partial t test showed that the halal label, religious commitment and brand ambassador significant influence on purchasing decisions Wardah cosmetics, halal awareness while not significantly influence the purchasing decisions Wardah cosmetics. The test results thoroughly using simultaneous F test showed that Label Halal, Halal Awareness, Religious Commitment and Brand Ambassador significantly influence purchasing decisions Wardah cosmetics.

Keywords: *Label Halal, Halal Awareness, Religious Commitment, Brand Ambassador, Purchase Decision.*