

ABSTRAK

Rifan Mujtaba Naila, 2024. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Kosmetik Halal pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi.

Pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa industri ini mengalami pertumbuhan yang positif setiap tahunnya. Pada periode tahun 2010 hingga 2023 industri kosmetik mengalami kenaikan sebesar 3,069 juta dolar AS dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 0,219 juta dolar AS per tahun. Industri kosmetik di Indonesia terus tumbuh dari tahun ke tahun. Namun, tidak semua produk kosmetik yang beredar di Indonesia bersertifikat halal dan aman untuk digunakan, berdasarkan hal tersebut tujuan penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian kosmetik.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert. Populasi pada penelitian ini yaitu Mahasiswa/i Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi dengan sampel sebanyak 138 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria pernah membeli kosmetik halal. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang sudah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan pengujian hipotesis menggunakan alat bantu SEM-PLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Merek dan label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian. Hal ini dilihat dari nilai sig. lebih besar dari 0,05. Hanya variabel Harga, Kualitas Produk dan Religiusitas yang mempengaruhi minat pembelian. Sementara itu religiusitas sebagai variabel moderasi memperlemah hubungan antara Harga dan Label Halal terhadap minat pembelian dan memperkuat hubungan antara Merek dan Kualitas Produk.

Kata Kunci: Minat Pembelian, Merek, Label Halal, Harga, Kualitas Produk, Religiusitas