

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA

PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM
DAFTAR No. :

ABSTRAK
SKRIPSI SARJANA EKONOMI ISLAM

NAMA : WISNU AJI IRAWAN
NIM : 041114109
TAHUN PENYUSUNAN : 2018

JUDUL :

Determinasi Pembelian Kosmetik Berlabel Halal pada Mahasiswi S1 Ekonomi Islam Universitas Airlangga.

ISI :

Produk dengan label halal menjadi hal sensitif bagi konsumen, karena berhubungan langsung dengan kehidupan dunia dan akhirat. Produk halal telah mampu menjadi primadona yang digunakan beberapa negara sebagai peningkatan devisa dengan potensi pasar yang diperkirakan mencapai 2,7 triliun USD. Indonesia merupakan Negara yang berlomba membuat pasar produk kosmetik berlabel halal, dibuktikan dengan berbagai produk kosmetik berlabel halal masuk dalam daftar ajang bergengsi *TOP Brand Award*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui determinasi yang mempengaruhi Mahasiswi S1 Ekonomi Islam Universitas Airlangga membeli produk kosmetik halal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif *eksploratori* (eksploratif). Penelitian ini merumuskan 27 indikator yang akan direduksi menjadi faktor atau variabel. Penelitian ini menggunakan gabungan antara *accidental sampling* dan *purposive sampling* dalam penentuan sampel. Hasil penelitian ini memperoleh empat faktor sebagai hasil reduksi dari proses pengolahan analisis faktor. Keempat faktor tersebut dinamai dengan Faktor Kualitas Produk, Faktor Pengetahuan Agama, Faktor Komitmen Konsumen dan Faktor Keyakinan Konsumen.

Kata Kunci: Kosmetik, Label Halal, Perilaku Konsumen, Determnasi Pembelian, Keputusan Pembelian