

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

PROGRAM STUDI: EKONOMI ISLAM

DAFTAR No:.....

ABSTRAK
SKRIPSI SARJANA EKONOMI ISLAM

NAMA : MEGA FITRIA SITAMA

NIM : 041411433005

TAHUN PENYUSUNAN : 2019

JUDUL :

Penilaian Harga, Pendapatan, Label Halal, Manfaat, Skala Prioritas, Persepsi Perasaan Boros dan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Kosmetik Halal

(Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga)

ISI :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian harga, pendapatan, label halal, manfaat, skala prioritas, persepsi perasaan boros dan keputusan konsumen dalam pembelian kosmetik halal studi kasus Mahasiswi FEB Unair Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan tabulasi sederhana. Pengambilan data primer dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner. Sampel pada penelitian ini berjumlah 357 orang mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan Responden menilai setuju dan mempertimbangkan harga dalam membeli produk kosmetik halal. Konsumen mempertimbangkan membeli produk kosmetik lebih banyak ketika pendapatan lebih tinggi. Konsumen mempertimbangkan label halal dalam membeli produk kosmetik. Konsumen mempertimbangkan manfaat dalam membeli produk kosmetik halal. Konsumen mempertimbangkan skala prioritas dalam membeli produk kosmetik halal. Konsumen tidak mempertimbangkan dalam membeli produk kosmetik halal. Konsumen merasa yakin dalam mengambil keputusan saat membeli produk kosmetik halal.

Kata kunci : Penilaian harga, Pendapatan, Manfaat, Skala Prioritas, Persepsi Perasaan Boros, Keputusan Konsumen, Kosmetik Halal.

**MINISTRY OF RESEARCH, TECHNOLOGY, AND HIGHER
EDUCATION FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITY OF AIRLANGGA**

STUDY PROGRAM: ISLAMIC ECONOMICS
LIST NUMBER:.....

ABSTRACT
ISLAMIC ECONOMIC BACHELOR DEGREE THESIS

NAME : Mega Fitria Sitama

STUDENTID : 041411433005

YEAROFDEVELOPMENT : 2019

TITLE :

Price, Revenue, Halal Labels, Benefits, Priority Scale, Perception of Wasteful Feelings and Consumer Decisions in Halal Cosmetics Purchases

(Case Study of Student of the Faculty of Economics and Business, Airlangga University)

CONTENT :

This study aims to determine the valuation of prices, income, halal labels, benefits, priority scale, perceptions of wasteful feelings and consumer decisions in purchasing halal cosmetics case studies of FEB Unair Surabaya students.

This study uses a quantitative descriptive approach with simple tabulations. Retrieval of primary data in this study was conducted using a questionnaire. The sample in this study amounted to 357 students from the Faculty of Economics and Business, Airlangga University, Surabaya.

Based on the results of the study, the respondents considered agreeing and considering the price of buying halal cosmetic products. Consumers consider buying more cosmetic products when income is higher. consumers consider halal labels in buying cosmetic products. Consumers consider the benefits of buying halal cosmetic products. Consumers consider priority scale in buying halal cosmetic products. Consumers do not consider buying halal cosmetic products. Consumers feel confident in making decisions when buying halal cosmetic products.

Keywords: Price valuation, Income, Halal labels, Benefits, Priority Scale, Perception of Wasteful Feelings, Consumer Decisions, Halal Cosmetics.

كلية الاقتصاد وإدارة الأعمال جامعة ايرلانجا وزارة البحث والتكنولوجيا، والتعليم العالي

برامج الدراسة: الاقتصاد الإسلامي

عدم الإدراج

ملخصات

سكريبسي ماجستير في الاقتصاد الإسلامي

الاسم: عبدالله سايتاما ميجا

من: 041411433005

إعداد سنة: 2019

العنوان:

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تقييم الأسعار، والدخل، والفوائد، ومقياس الأولوية، تصورات مشاعر الإسراف وقرارات المستهلكين في شراء مستحضرات التجميل الحلال دراسات إفرادية لأنير سورابايا فبرابر الطالبات

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تقييم أسعار، الدخل، تسميات الحلال، وفوائد، ومقياس الأولوية، التصورات مشاعر الإسراف وقرارات المستهلكين في شراء مستحضرات التجميل الحلال دراسات الحالة من فبرابر الطلاب "أنير سورابايا

تستخدم هذه الدراسة نهجاً وصفيًا كمية مع الجداول البسيطة. استرجاع البيانات الأولية في هذه الدراسة أجريت باستخدام استبيان. وبلغت العينة في هذه الدراسة للطلاب 357 من كلية الاقتصاد والأعمال، وجامعة ايرلانجا، سورابايا

استناداً إلى نتائج الدراسة، نظر المجيبين الموافقة والنظر في السعر لشراء مستحضرات التجميل الحلال. المستهلكين النظر في شراء مستحضرات التجميل أكثر عندما دخل أعلى. المستهلكين النظر في التسميات الحلال في شراء مستحضرات التجميل. المستهلكين النظر في فوائد شراء مستحضرات التجميل الحلال. المستهلكين النظر في مقياس الأولوية في شراء مستحضرات التجميل الحلال. لا نعتبر المستهلكين شراء مستحضرات التجميل الحلال. ثقة المستهلكين في اتخاذ القرارات عند شراء مستحضرات التجميل الحلال.

الكلمات الرئيسية: سعر التقييم، الدخل، الحلال تسميات، الفوائد، أولوية المقياس، تصور مشاعر الإسراف، "قرارات المستهلكين"، مستحضرات التجميل الحلال.