

ABSTRAK

Naila Muflikhatin, 1950110057, Pengaruh Labelisasi Halal, *Halal Knowledge* dan *Beauty Influencer* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi Pada Mahasiswa IAIN Kudus Angkatan 2019)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris Pengaruh Labelisasi Halal, *Halal Knowledge* dan *Beauty Influencer* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi Pada Mahasiswa IAIN Kudus Angkatan 2019). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh dari mahasiswa IAIN Kudus tahun angkatan 2019. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *google form*. Dan teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) labelisasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan sig. lebih kecil dari 0,05. (2) *Halal Knowledge* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan sig. lebih kecil dari 0,05. (3) *Beauty Influencer* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan sig. lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Labelisasi Halal, *Halal Knowledge* dan *Beauty Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik halal pada mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2019.

Kata Kunci: Labelisasi Halal, *Halal Knowledge*, *Beauty Influencer*, Keputusan Pembelian