

## ABSTRAK

**Nur Wakhidah, Nim 2020210137, Meningkatkan Perekonomian Lokal: Tinjauan Empiris Faktor-Faktor Mempengaruhi Pembelian Produk Skincare Berlabel Halal.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, label halal, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Azarine Sunscreen di Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Adapun populasi di penelitian ini merupakan konsumen muslim di Kudus dan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability* sampling, data diambil dari dokumentasi dan kuesioner dan menggunakan metode analisis linear berganda dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 27.

Penelitian ini memperoleh hasil persamaan regresi  $Y = 8.936 + 0.066 X_1 + 0.381 X_2 + 0.496 X_3 + e$ . Pengujian hipotesis menunjukkan kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Azarine Sunscreen studi pada konsumen muslim di Kudus dengan hasil  $t_{hitung} 1,247 > t_{tabel} 1,985$  dan signifikansi sebesar  $0,215 > 0,05$ . Variabel Label Halal memiliki positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik Azarine Sunscreen studi pada konsumen muslim di Kudus dengan hasil  $t_{hitung} 2,349 > t_{tabel} 1,985$  dengan signifikansi  $0,021 < 0,05$ . Variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Azarine Sunscreen studi pada konsumen muslim di Kudus dengan hasil  $t_{hitung} 5,243 > t_{tabel} 1,985$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Diperoleh hasil perhitungan bahwa Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa  $F_{hitung} = 62,851 > F_{tabel} = 2,46$  (berpengaruh) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  (signifikan). Sedangkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,652, yang artinya bahwa pengaruh variabel independen (X) atas variabel dependen (Y) sebesar 65,2%. Adapun sisa persentase tersebut yaitu 34,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar penelitian ini.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Label Halal, Promosi, Keputusan Pembelian**