

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN LABEL HALAL
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN
SKINCARE AL-ZENA**

(STUDI KASUS SKINCARE AL-ZENA DI KECAMATAN KAYEN)

**Oleh : Junia Alifatul Khoiriah
(1420310179)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah: *Pertama*, untuk menganalisis dan menguji secara empiris mengenai pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan Skincare Al-Zena. *Kedua*, untuk menganalisis dan menguji secara empiris mengenai pengaruh kesadaran label halal terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan Skincare Al-Zena. *Ketiga*, untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh bersama-sama antara citra merek dan kesadaran label halal terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan Skincare Al-Zena.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sejumlah 75 orang konsumen di Skincare Al-Zena Kayen. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda dengan bantuan program olah data SPSS 16.

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa, *pertama*, citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan Skincare Al-Zena Kayen. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($3.530 > 1.993$) dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari batas signifikansi ($0.001 < 0.05$). *Kedua*, kesadaran label halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan Skincare Al-Zena Kayen. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($5.929 > 1.993$) dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari batas signifikansi ($0.000 < 0.05$). *Ketiga*, terdapat pengaruh secara bersama (*simultan*) dan signifikan antara citra merek dan kesadaran label halal terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan di Skincare Al-Zena Kayen. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung yang lebih besar dari nilai F tabel ($45.166 > 3.12$) dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari batas signifikansi ($0.000 < 0.05$).

Kata Kunci : Citra Merek, Kesadaran Label Halal dan Minat Beli Konsumen