

**PENGARUH GAYA HIDUP, LABEL HALAL, DAN
ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOSMETIK WARDAH**

(Mahasiswi Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Satya Negara
Indonesia)

SKRIPSI

Program Studi Manajemen



OLEH

NAMA : ANI AYU WULANDARI

NIM : 041301503125133

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2017

**PENGARUH GAYA HIDUP, LABEL HALAL, DAN
ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOSMETIK WARDAH**

**(Mahasiswi Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Satya Negara
Indonesia)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1



OLEH

NAMA : ANI AYU WULANDARI

NIM : 0413015031250133

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2017

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of lifestyle, halal label, and advertising on purchasing decisions. The populations in this research is wardah cosmetic user at Universitas Satya Negara Indonesia Management student. The sample used in this study 80 respondents. Data this study were primary data obtained through the spread of questionnaires. The sampling technics that used simple random sampling method, while the method of processing data that used by the researcher was double regression analysis with the help of SPSS version 22. The results of this research showed that lifestyle, halal label, and advertising in partial effect positive and significant impact on purchasing decisions and lifestyle, label halal and advertising effect positive and significantly on purchasing decisions in simultaneously by 68,9% while the remaining 31,1% is explained by other variables not include in this research model.

Keywords : Lifestyle, Halal Label, Advertising and buying decision

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Advertising terhadap Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna kosmetik wardah pada Mahasiswi Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 80 responden. Data penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Simple Random Sampling, sedangkan metode pengolahan data yang digunakan peneliti adalah analisis linier berganda dengan bantuan SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, label halal dan advertising secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan pengaruh gaya hidup, label halal, dan advertising secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 68,9%. Sedangkan sisanya sebesar 31,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Kata kunci : Gaya Hidup, Label Halal, Advertising dan keputusan pembelian