

ABSTRAK

Azliyah Bukhari: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal Menggunakan Analisis Faktor (Studi kasus pada Mahasiswi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Angkatan 2016-2018 Universitas Negeri Padang)

Kosmetik merupakan sesuatu yang tidak asing lagi bagi kehidupan sehari-hari seorang wanita. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia, kesadaran konsumen akan jaminan produk kosmetik yang halal juga meningkat. Fenomena tersebut menyebabkan pembelian kosmetik halal di Indonesia juga meningkat. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik berlabel halal dan yang kemungkinan mempengaruhi adalah produk, harga, promosi distribusi, budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Salah satu analisis statistika yang dapat digunakan untuk meringkas sejumlah variabel menjadi lebih sedikit yang dinamakan faktor adalah analisis faktor. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis proses keputusan pembelian dan mengetahui model faktor yang dihasilkan dan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik berlabel halal. Jenis penelitian ini adalah penelitian terapan.

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswi Aktif Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang angkatan 2016-2018 yang menggunakan kosmetik berlabel halal dengan jumlah sampel 97 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang terdiri dari 21 pernyataan .

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik berlabel halal adalah $X_1 = 0,029F_1 + 0,858F_2 - 0,006F_3$, $X_2 = 0,203F_1 + 0,747F_2 - 0,002F_3$, $X_3 = 0,200F_1 + 0,558F_2 + 0,471F_3$, $X_4 = 0,848F_1 - 0,104F_2 - 0,116F_3$, $X_5 = 0,669F_1 - 0,172F_2 - 0,231F_3$, $X_6 = 0,098F_1 + 0,018F_2 + 0,912F_3$, $X_7 = 0,767F_1 - 0,161F_2 - 0,166F_3$, $X_8 = 0,869F_1 - 0,054F_2 + 0,275F_3$

Berdasarkan model faktor tersebut diperoleh faktor dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik berlabel halal, untuk faktor pertama yaitu psikologis, untuk faktor kedua yaitu produk dan untuk faktor ketiga yaitu sosial.

Kata kunci : Keputusan pembelian, kosmetik label halal, Analisis faktor.