

# **PENGARUH PROMOSI, LABEL HALAL, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKARIZO DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS MAHASISWI UNISKA MAB BANJARMASIN)**

Nor Permatasari<sup>1</sup>, Iman Setya Budi<sup>2</sup>, Agus Purnomo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB.NPM.18510087

<sup>2</sup>Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB. NIK. 061506777

<sup>3</sup>Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB.NIK. 061512850

Email:norpermatasari00@gmail.com

## **ABSTRAK**

Latar belakang masalah dalam penelitian ini yaitu banyaknya bermunculan produk perawatan rambut di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan industri produk perawatan rambut berusaha menarik perhatian konsumennya dengan menggunakan berbagai strategi pemasaran yang efektif. Salah satunya dengan melakukan promosi, berlabel halal dan kualitas produk yang baik. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini apakah terdapat pengaruh promosi, label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk makarizo dalam perspektif ekonomi islam (studi kasus mahasiswa UNISKA MAB Banjarmasin). Tujuan penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh promosi, label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk makarizo dalam perspektif ekonomi islam (studi kasus mahasiswa UNISKA MAB Banjarmasin). Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa UNISKA MAB Banjarmasin yang berjumlah 8.036 orang sedangkan sampel yang ditetapkan 99 responden dengan menggunakan rumus *slovin*. Kemudian pengolahan datanya menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan program SPSS. Berdasarkan uji asumsi klasik,regresi berganda, uji hipotesis (Uji t dan uji F) dan koefisien Determinasi. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial promosi, dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, variabel promosi, label halal dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

---

## **ABSTRACT**

*The background of the problem in this study is the number of hair care products appearing in Indonesia. This shows that the hair care product industry is trying to attract the attention of its consumers by using various effective marketing strategies. One of them by doing promotions, labeled halal and good product quality. The formulation of the problem in this study is whether there is an effect of promotion, halal label and product quality on the decision to purchase makarizo products in an Islamic economic perspective (case study of UNISKA MAB Banjarmasin student). The purpose of this study is whether there is an effect of promotion, halal label and product quality on purchasing decisions on makarizo products in an Islamic economic perspective (case study of UNISKA MAB Banjarmasin student). The type of research used is quantitative research. The population in this study were all students of UNISKA MAB Banjarmasin, amounting to 8036 people, while the sample set was 99 respondents using the slovin formula. Then the data processing uses statistical calculations with the help of the SPSS program. Based on the classical assumption test, multiple regression, hypothesis testing (t test and F test) and the coefficient of determination. Based on the results of research partially promotion, and product quality have a significant effect on purchasing decisions, while the halal label has no significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, the variables of promotion, halal label and product quality have a significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Promotion, Halal Label, Product Quality, Purchase Decision*

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Buchari Alma, 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetak Krdelapan, Bandung: Cv Alfabeta.
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, Yogyakarta: Andi.
- Mudrajat Kuncoro, 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 4* Jogjakarta: Erlangga.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketigabelas Jilid I*. Jakarta: Erlangga,
- Qur'an Kemeneg 2019
- Wibowo, D, E & Madusari, B. D., *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen Muslim terhadap produk Makanan di Kota Pekalongan. Indonesia of Halal*, 2018, Vol. 1 No. 1, pp. 73-80, p. 74

