

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan besarnya pengaruh variabel eksogen harga diskon, kualitas produk, dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian (variabel endogen) pada produk kecantikan melalui minat beli sebagai variabel intervening (variabel mediasi). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen produk kecantikan. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner kepada responden dan sampel yang digunakan adalah sebanyak 150 responden. Metode yang digunakan analisis data adalah metode kuantitatif SEM-PLS dengan cara mendistribusikan kuesioner dan mengolah dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan dan labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Namun, harga diskon, kualitas produk, labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan harga diskon, kualitas produk, labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi manajemen pada produk kecantikan dalam meningkatkan variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan minat beli konsumen atas produknya.

Kata Kunci : Harga Diskon , Kualitas Produk , Labelisasi Halal , Minat Beli, Keputusan Pembelian