

ABSTRAK

Nama : Asmaul Husna
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Brand Ambassador, BPOM, dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2019-2021)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador*, BPOM dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk skincare pada mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode kuantitatif. Sampel pada penelitian ini berjumlah 77 responden yang terdiri dari mahasiswa/i Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2019-2021. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dalam bentuk google form. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* dan labelisasi halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare, BPOM secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare. Sedangkan secara simultan *Brand Ambassador*, BPOM dan labelisasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare pada mahasiswa/i Ekonomi Syariah.

Kata kunci : *Brand Ambassador*, BPOM, Labelisasi Halal, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Name : Asmaul Husna
Study Program : Islamic Economics
Title : Impact of Brand Ambassador, BPOM, and Halal Labeling on Decisions to Purchase Skincare Products (A Case Study of Islamic Economics Students from the Batch of 2019-2021)

The objective of this study is to investigate the influence of Brand Ambassadors, BPOM, and halal labeling on the purchasing decisions of skincare products among students of Islamic Economics at Universitas Malikussaleh. The research method employed is quantitative method. This study involved 77 respondents who are students of the Islamic Economics Program from the 2019-2021 cohort. Data collection was carried out using a questionnaire in the form of a Google Form. The data analysis technique used is multiple linear regression. The findings of the study reveal that, individually, Brand Ambassadors and halal labeling do not have a significant impact on the purchasing decisions of skincare products. However, BPOM does have a significant influence on the purchasing decisions of skincare products. Meanwhile, collectively, Brand Ambassadors, BPOM, and halal labeling significantly affect the purchasing decisions of skincare product among Islamic Economics students.

Keywords: *Brand Ambassador, BPOM, Halal labeling, Purchasing Decisions*