

ABSTRAK

Nama : Anggi Syahfitri
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh *Review Influencer* Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk *Skincare* Dikalangan Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *review influencer* dan label halal terhadap minat beli produk *skincare* di kalangan mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data penelitian ini bersumber dari kuisioner yang dikumpulkan secara langsung kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh Angkatan 2022, 2023 dan 2024 dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* melalui metode *simple random sampling*, yang menghasilkan ukuran sampel sebanyak 175 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *review influencer* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *skincare*, dengan nilai t hitung sebesar $(2,619) > t$ tabel $(1,654)$ dan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$. Variabel label halal (X2) juga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai t hitung sebesar $(9,194) > t$ tabel $(1,654)$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan (uji F), variabel *review influencer* dan label halal berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap minat beli produk *skincare* dengan nilai F hitung $(63,492) > F$ tabel $(3,05)$.

Kata kunci : *Review Influencer*, Label Halal, Minat Beli, *Skincare*

ABSTRACT

Name : Anggi Syahfitri
Study Program : Islamic Economics
Title : *The Influence of Influencer Reviews and Halal Labels on Skincare Product Purchase Interest Among Sharia Economics Students at Malikussaleh University*

This study aims to determine and analyze the influence of influencer reviews and halal labels on the purchase interest of skincare products among Islamic Economics students at Malikussaleh University, both partially and simultaneously. The research method used is a quantitative approach with a survey method. The data for this study are sourced from questionnaires collected directly from respondents. The population in this study were Islamic Economics students at Malikussaleh University, Class of 2022, 2023, and 2024. The sampling technique used was probability sampling through the simple random sampling method, resulting in a sample size of 175 respondents. The results showed that partially, the influencer review variable (X_1) had a positive and significant effect on the purchase interest of skincare products, with a calculated t value of $(2.619) > t$ table (1.654) and a significance value of $0.010 < 0.05$. The halal label variable (X_2) also partially has a positive and significant effect on purchasing interest with a calculated t value of $(9.194) > t$ table (1.654) and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously (F test), the influencer review and halal label variables have a significant effect together on purchasing interest in skincare products with a calculated F value of $(63.492) > F$ table (3.05) .

Keywords: *Influencer Review, Halal Label, Purchase Interest, Skincare*