

**PENGARUH LABEL HALAL DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA SANTRI PUTRI DAN  
ALUMNI PONDOK PESANTREN AN NAJAH DENANYAR JOMBANG**

**ABSTRAKSI**

**Oleh:**

**Wisnu Mahendri**

**Dosen Pembimbing:**

**Nuri Purwanto, S.ST., M.M**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh label halal ( $X_1$ ) dan iklan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) kosmetik Wardah di Pondok Pesantren An Najah Denanyar Jombang. Penelitian ini termasuk penelitian eksplorasi, dengan menggunakan skala likert, metode pengumpulan data dengan kuisisioner, penelitian kepustakaan, dokumentasi dan wawancara dan menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, sedangkan iklan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) karena nilai signifikansinya 0,700 lebih besar dari 0,05. Sedangkan hasil dari analisis koefisien determinasi nilai R-Square sebesar 0,273 artinya 27,3% keputusan pembelian produk kosmetik Wardah dipengaruhi oleh label halal dan iklan dan 72,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dipenelitian ini.

**Kata kunci : Label halal, Iklan, Keputusan Pembelian, Wardah, Pondok Pesantren An Najah.**