

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang pengaruh periklanan, citra merek, norma subjektif, labelisasi halal, *brand ambassador* dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. Sampel dalam penelitian ini adalah para mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang merupakan pengguna produk kosmetik Wardah. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 210 responden yang dipilih dengan menggunakan *metode non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Uji kualitas instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas dengan *cronbach alpha* > 0,70. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil besarnya pengaruh dari ke enam variabel melalui (*adjusted R²*) yaitu sebesar 0,985 atau 98,5% yang artinya sebesar 1,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persamaan regresi yang di peroleh adalah $Y = 0,070X_1 + 0,430X_2 + 0,042X_3 + 0,297X_4 + 0,101X_5 + 0,077X_6 + e$.

Kata Kunci: Periklanan, Citra Merek, Norma Subjektif, Labelisasi Halal, *Brand Ambassador*, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aimed to analyze about the influence of advertising, brand image, subjective norms, halal labeling, brand ambassador and the price on purchase decisions Wardah cosmetics. The sample in this study was the student of Muhammadiyah University of Yogyakarta which is a cosmetic product users Wardah. In this study the samples used were 210 respondents were selected using non probability sampling with purposive sampling types. Test the quality of the instruments used are validity and reliability with Cronbach alpha > 0.70. Analisis tool used is Multiple Linear Regression.

Based on the analysis that has been done, the result of magnitude influence of the six variables through (adjusted R²) that is equal to 0.985 or 98.5% which means that 1.5% is explained by other variables not included in the research. Advertising has a positive and significant impact on purchasing decisions. Brand image has a positive and significant impact on purchasing decisions. The subjective norm has a positive and significant effect on the purchasing decision. Halal labeling has a positive and significant impact on purchasing decisions. Brand ambassador has a positive and significant impact on purchasing decisions. Perception Price has a positive and significant effect on purchasing decision. The regression equation obtained is $Y = 0.070X_1 + 0,430X_2 + 0,042X_3 + 0,297X_4 + 0,101X_5 + 0,077X_6 + e$.

Keywords: Advertising, Brand Image, Subjective Norm, Labeling Halal, Brand Ambassador, Perception Price and Purchase Decision.