

ABSTRAKSI

Selly Maya Septevany, nomor Mahasiswa 152130059, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Positioning Produk dan Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen Muslimah pada Kosmetik Lipcream Wardah (studi penelitian pada kosmetik Wardah di supermarket Pamela 1). Dosen Pembimbing I Saaptika Kancana, S.S, MSi. dan Dosen Pembimbing II Dr. Adi Soeprapto, MSi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh positioning produk, labelisasi halal, dan minat beli konsumen muslimah melalui kuesioner pada Supermarket Pamela 1. Penelitian menggunakan tipe *explanatory*. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen supermarket Pamela 1 yang memiliki minat beli pada kosmetik lipcream Wardah. Ukuran sampel pada penelitian ini 70 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *systematic random sampling* berdasarkan jeda waktu. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa positioning produk pada kosmetik lip cream Wardah memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen muslimah secara parsial (H1). Labelisasi halal pada kosmetik lip cream Wardah memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen muslimah secara parsial (H2). Positioning produk dan labelisasi halal pada kosmetik lip cream Wardah memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen muslimah secara simultan (H3).

Berdasarkan hasil penelitian ini bagi perusahaan Wardah berpengaruhnya positioning produk dan labelisasi halal pada kosmetik lip cream terhadap minat beli harus dapat dipertahankan. Saran bagi perusahaan adalah untuk lebih meningkatkan kualitas pada kosmetik Wardah khususnya lip cream Wardah agar bisa mempertahankan posisinya terhadap pesaing di mata konsumen.

Kata kunci: Positioning produk, Labelisasi Halal, Minat Beli.