

ABSTRAK

Nama : Cynthia Febrianti Fatiharjana
Nim : 2013-52-053
Judul : Pengaruh Daya Tarik Label Halal Pada Kosmetik Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswi *Public Relations* Angkatan 2014 STIKOM London School of Public Relations Jakarta.
Jumlah Halaman : 93 ; 34 tabel ; 1 bagan; 1 gambar; 10 lampiran
Kata Kunci : Daya Tarik, Label Halal, Keputusan Pembelian
Daftar Pustaka : 36 Judul 1984 – 2015, 2 Sumber Lain

Label halal adalah label yang dicantumkan pada suatu kemasan produk sebagai identifikasi bahwa produk tersebut telah melalui proses uji kehalalan dan dinyatakan halal. Pencantuman label halal terutama pada produk kosmetik menjadi fokus pembahasan penelitian. Label halal yang terdapat di produk kosmetik, memungkinkan menjadi salah satu daya tarik utama pada sebuah keputusan pembelian. Subjek penelitian yang dilaksanakan peneliti ialah Mahasiswi *Public Relations* Angkatan 2014 STIKOM London School of Public Relations Jakarta. Subjek dipilih karena, adanya penerapan *Business Attire* yang menuntut mahasiswa dan mahasiswi untuk menggunakan pakaian resmi atau formal (*Professional Dress Code*) layaknya *Public Relations* bisnis perkantoran. Hal tersebut menjadi perhatian peneliti, terutama para mahasiswi yang juga diwajibkan berpenampilan menarik dengan menggunakan kosmetik. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey yang bertujuan deskriptif korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan tidak adanya pengaruh daya tarik label halal terhadap keputusan pembelian.