

ABSTRAK

NASTUTI 2025. Pengaruh label halal dan harga terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa melalui minat beli sebagai variabel mediasi dalam pembelian skincare (studi pada mahasiswa unismuh makassar). Skripsi jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Muhammad Nur Abdi dan Firman Syah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal dan harga terhadap minat beli serta pengaruhnya terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui minat beli sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) menggunakan aplikasi SmartPLS. Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis koefisien jalur pada model persamaan struktural dengan memperhatikan nilai p-value dan estimasi koefisien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli mahasiswa, sedangkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa. Selanjutnya, minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Pada pengujian hubungan tidak langsung, label halal berpengaruh tidak signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa melalui minat beli, sementara harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa melalui minat beli. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga dan minat beli memiliki peran penting dalam memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa, sementara label halal belum menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Kata kunci: Label Halal, Harga, Minat Beli, Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.

ABSTRACT

NASTUTI 2025. The influence of halal labels and price on students' financial management through purchase intention as a mediating variable in skincare purchases (a study on students of Unismuh Makassar). Thesis for the management department, Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Makassar. Supervised by: Muhammad Nur Abdi and Firman Syah.

This study aims to analyze the effect of halal labels and prices on purchase intention and their impact on students' financial management, both directly and indirectly through purchase intention as a mediating variable. This research uses a quantitative approach with the Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) method using the SmartPLS application. Hypothesis testing is carried out through path coefficient analysis in the structural equation model by considering the p-value and coefficient estimates. The research results indicate that halal labels have a positive but not significant effect on students' purchase intention, while price has a positive and significant effect on students' purchase intention. Furthermore, purchase intention has a positive and significant effect on students' financial management. In testing the indirect relationship, halal labels do not have a significant effect on students' financial management through purchase intention, whereas price has a positive and significant effect on students' financial management through purchase intention. Thus, it can be concluded that price and purchase intention play an important role in influencing students' financial management, while halal labels have not yet shown a significant effect.

Keywords: Halal Label, Purchase Intention, Student Financial Management.