

ABSTRAK

Industri halal khususnya kosmetik menunjukkan potensi yang besar di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan mayoritas penduduk Indonesia merupakan seorang muslim. Keadaan tersebut mendorong produsen kosmetik dalam maupun luar negeri mulai memasuki pasar Indonesia untuk menjajakan produknya. Salah satu produk kosmetik halal yang masuk adalah kosmetik dengan merek Safi yang mengusung slogan Halal, Natural dan Teruji. Sedangkan di Indonesia sendiri telah terdapat produk kosmetik lokal yang merupakan pionir halal yakni, kosmetik dengan merek Wardah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim saat membeli produk kosmetik halal merek Wardah dan Safi. Selanjutnya penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui adakah faktor-faktor yang menjadi perbedaan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap produk kosmetik merek Wardah dan Safi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif untuk jenis penelitian yakni, deskriptif komparatif. Analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda serta Uji Independent Sample *t-test*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pengguna kosmetik merek Wardah dan 100 responden pengguna kosmetik merek Safi dengan *purposive sampling*, dimana pengumpulan data dilakukan secara *online*. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS 22.

Hasil penelitian menemukan bahwa variabel sertifikat halal, religiusitas, promosi, kualitas produk dan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Wardah dan Safi. Sedangkan variabel harga ditemukan memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Wardah dan Safi. Selanjutnya hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Wardah dan Safi karena, dari keenam variabel yang diteliti hanya variabel harga yang menunjukkan adanya perbedaan pengaruh keputusan pembelian antara produk kosmetik merek Wardah dan Safi.

Kata Kunci: *Sertifikat halal, Religiusitas, Harga, Promosi, Kualitas Produk, Tempat*