

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari label halal, kesadaran halal, kualitas produk, keamanan bahan, harga, dan promosi terhadap pembelian kosmetik halal pada konsumen nonmuslim. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan responden nonmuslim dari Kota Medan. Jumlah sampel pada penelitian ini 384 responden dengan pendekatan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan pengujian data menggunakan program *SPSS Statistics*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal, keamanan bahan, harga, dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian kosmetik halal pada konsumen nonmuslim, sedangkan kesadaran halal dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap pembelian kosmetik halal pada konsumen nonmuslim. Nilai *R-square* sebesar 0,836 menunjukkan bahwa 83,6 % pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen dan sisanya sebesar 16,7% dijelaskan oleh faktor di luar penelitian.

Kata kunci : Label halal, kesadaran halal, kualitas produk, keamanan bahan, harga, promosi, pembelian, kosmetik halal, nonmuslim.