

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli produk *sunscreen* halal pada Generasi Z di Jawa Tengah. Data primer diperoleh dari kuesioner yang disebar secara *online* melalui *google form*. Sampel yang terkumpul adalah sebanyak 100 responden yang pernah membeli produk *sunscreen* yang telah tersertifikasi halal. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan IBM SPSS Statistics 27 dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *halal awareness*, kualitas produk, dan persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli produk *sunscreen* halal. Saran dari penelitian ini adalah bagi perusahaan yang bergerak di industri kecantikan dan obat-obatan untuk memperhatikan sertifikasi halal pada produk tabir surya dan mengembangkan kualitas produk *sunscreen* lebih baik lagi serta dapat mengedukasi konsumen terkait kualitas tersebut. Perusahaan juga dapat memberikan diskon atau strategi harga bersaing lainnya untuk menambah minat beli pada generasi Z.

Kata kunci: minat beli, *halal awareness*, kualitas produk, persepsi harga