

ABSTRAK

Pertumbuhan industri *skincare* halal di Indonesia terus meningkat, namun penggunaan *skincare* berlabel halal dan tidak berlabel halal masih beragam di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, preferensi, harga, *Halal Awareness*, dan *Halal Tolerance* terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih *skincare* berlabel halal. Data diperoleh melalui kuesioner terhadap 319 mahasiswa Universitas Diponegoro dan Universitas Islam Negeri Walisongo yang merupakan pengguna aktif *skincare*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi logistik biner dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 30.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan, preferensi, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* berlabel halal, di mana pendapatan dan harga berpengaruh negatif, sedangkan preferensi berpengaruh positif. Sementara itu, *Halal Awareness* dan *Halal Tolerance* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Temuan ini menyimpulkan bahwa keputusan mahasiswa dalam memilih *skincare* berlabel halal lebih banyak dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan preferensi produk, sedangkan aspek nilai kehalalan belum menjadi pertimbangan utama dalam perilaku konsumsi *skincare*.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, *Skincare* Berlabel Halal, Kesadaran Halal, Regresi Logistik Biner

