

ABSTRAK

Sebagai seorang muslim diwajibkan untuk selalu mengonsumsi produk yang halal, termasuk kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, kesadaran halal, advertensi, citra merek dan konsep diri sebagai variabel independen dalam penelitian ini terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah, yang merupakan variabel dependen.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen muslim yang pernah membeli dan menggunakan kosmetik Wardah di kota Semarang. Sampel yang dibutuhkan sebanyak 100 responden dengan menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan pengujian data dengan menggunakan program *SPSS Statistics 22*.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa label halal, kesadaran halal, advertensi, citra merek dan konsep diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah secara parsial maupun simultan. Pengaruh kelima variabel tersebut sangat kuat ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi sebesar 80%.

Kata kunci: *label halal, kesadaran halal, advertensi, citra merek, konsep diri, keputusan pembelian, kosmetik Wardah*