

ABSTRAK
**PENGARUH PERSEPSI LABELISASI HALAL DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK
L'OREAL DI KOTA BOGOR**

Oleh Ranni Yuliasuti

Dilihat dari pesatnya berbagai perkembangan teknologi saat ini ikut mempengaruhi konsumen dalam hal berkonsumsi. Bisa dilihat oleh kebutuhan konsumen dewasa saat ini yaitu kosmetik. Yang di mana kosmetik ini selain untuk memenuhi kebutuhan untuk kecantikan juga dibutuhkan untuk kesehatan. Di dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat berdasarkan teori berkonsumsi dalam islam, yang di mana konsumen muslim diatur oleh syariat islam, yang tidak memperbolehkan konsumen muslim untuk menggunakan atau mengkonsumsi produk yang belum halal, dan harus yang sudah halal dan *thayyib*.

Di dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh nya persepsi labelisasi halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian produk L'Oreal. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini juga tidak terbatas yang di mana mengambil populasi dari konsumen produk L'Oreal. Jumlah sampel yang digunakan di dalam penelitian ini adalah sebanyak 203 orang dan menggunakan metode *convenience sampling*. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada setiap responden yang sudah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitasnya. Analisis data yang digunakan dengan analisis kuantitatif dan dengan bantuan program SPSS 26.

Metodologi dalam penelitian ini jenis penelitian nya menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif lalu sumber data yang di pakai adalah sumber data primer dan sekunder, populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah menggunakan produk L'Oreal, teknik pengambilan sampel nya menggunakan metode *non-probability sampling* dan teknik cara pengambilan responden nya secara *Accidental sampling*

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi labelisasi halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kosmetik, Labelisasi Halal, Religiusitas, Keputusan Pembelian