

## ABSTRAK

Perkembangan industri kosmetik halal di Indonesia meningkat sangat pesat. Namun kesadaran akan kehalalan produk kosmetik yang digunakan masih kurang diperhatikan. Menurut LPPOM MUI, kesadaran masyarakat akan kosmetik halal masih kalah dengan pangan halal. Menurut Lukmanul Hakim, selaku direktur LPPOM MUI, mengatakan bahwa di Indonesia, produk yang memiliki sertifikasi halal tidak mencapai 1%, padahal jumlah produk yang ada di Indonesia ada jutaan produk. Secara umum, konsumen muslim telah memahami betapa pentingnya pangan halal dikarenakan produk tersebut langsung dikonsumsi serta dicerna di dalam tubuh. Hal ini tentu membuat kebanyakan orang sangat berhati-hati. Sementara itu, pada kosmetik yang termasuk dalam bahan nonpangan, tidak dikonsumsi secara langsung. Padahal kenyataannya, kosmetik yang digunakan akan bersentuhan langsung dengan kulit (Halal MUI, 2020).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap minat beli pada kosmetik halal Wardah. Wardah *Cosmetics* merupakan merek kosmetik pertama di Indonesia yang mengusung tema halal. Wardah *Cosmetics* berada dibawah naungan PT. Paragon *Technology and Innovation* yang merupakan salah satu perusahaan kosmetik besar di Indonesia. Wardah *Cosmetics* memiliki banyak pilihan produk yang beragam seperti Wardah *Exlusive Series*, Wardah *Instaperfect Series*, Wardah *Colorfit Series*, dan Wardah *lightening Makeup Series* yang memiliki keunggulan masing-masing yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan alat bantu analisis regresi linier sederhana dengan SPSS. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang merupakan peminat kosmetik halal Wardah. Berdasarkan hasil analisis, variabel *brand image* dan minat beli termasuk dalam kategori sangat baik. Hasil pengujian hipotesis, *brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat beli Wardah *Cosmetics* sebesar 41,9%.

**Kata kunci:** *Brand Image*, Minat Beli, Labelisasi Halal, Kosmetik Halal, Wardah *Cosmetics*.