

## ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan menciptakan iklim bisnis yang positif. Selain itu seringkali diikuti oleh perubahan pola konsumsi masyarakat yang mana dapat beralih dari kebutuhan dasar ke keinginan dan gaya hidup yang lebih tinggi. Hal ini mungkin dapat menggugah minat pelanggan untuk membeli produk bermerek premium, yang berlabel halal, mewah dan inovatif. Sebagai manusia tentunya memiliki kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhi, dan sering kali dalam memenuhi kebutuhan ini mereka melakukan kegiatan pembelian. Untuk mencoba memenuhi tuntutan pemeliharaan kecantikan, perempuan akan memilih kosmetik yang menawarkan tingkat kepuasan terbesar dalam penggunaannya sehingga mendorong dunia usaha untuk terus memunculkan ide-ide baru agar bisa bersaing di pasar kosmetik. Salah satu brand kecantikan halal di Indonesia adalah Wardah yang memproduksi kosmetik. Wardah menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut, label halal, harga wajar, dan produk berkualitas tinggi untuk mendorong masyarakat melakukan pembelian. Dengan menggunakan studi kasus mahasiswa di Jember, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, label halal, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. Pendekatan kuantitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini, dan 95 responden sengaja dijadikan sampel. Dengan menggunakan studi kasus mahasiswa di Jember, temuan penelitian menunjukkan bahwa pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah meliputi promosi mulut ke mulut, label halal, harga, dan kualitas produk.

**Kata Kunci : *Word Of Mouth*, Label Halal, Harga, Kualitas Produk, Dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*Sustainable economic growth creates a positive business climate. Apart from that, it is often accompanied by changes in people's consumption patterns which can shift from basic needs to higher desires and lifestyles. This might arouse customers' interest in buying premium branded products, which have a halal, luxurious and innovative label. As humans, of course they have needs and desires that must be met, and often to fulfill these needs they carry out purchasing activities. To try to meet the demands of beauty maintenance, women will choose cosmetics that offer the greatest level of satisfaction in their use, thus encouraging the business world to continue to come up with new ideas in order to compete in the cosmetics market. One of the halal beauty brands in Indonesia is Wardah which produces cosmetics. Wardah uses word of mouth marketing, halal labels, fair prices, and high quality products to encourage people to make purchases. Using a case study of students in Jember, this research aims to determine the influence of price, product quality, halal label, and word of mouth on purchasing decisions for Wardah cosmetics. A descriptive quantitative approach was used in this research, and 95 respondents were deliberately sampled. Using a case study of students in Jember, research findings show that positive and significant influences on purchasing decisions for Wardah cosmetics include word of mouth promotion, halal label, price and product quality.*

**Keywords: Word of Mouth, Halal Label, Price, Product Quality, and Purchasing Decisions**

