

## ABSTRAK

Dizaman modern ini banyak perusahaan produk kosmetik berlomba-lomba mengeluarkan produk kosmetik yang mengandung bahan-bahan yang berlabel halal terhadap produk kosmetik yang dibuatnya untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa yang beragama Islam di Kota Semarang yang pernah berbelanja produk kosmetik halal. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian mahasiswa yang beragama Islam yang pernah berbelanja produk kosmetik halal. Dalam teknik pengambilan sampel pada penelitian ini, menggunakan teknik *purposive sampling* atau pengambilan sampel. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan menyesuaikan diri berdasarkan kriteria atau tujuan tertentu (disengaja). Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instrinsik Religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kesadaran terhadap produk halal, Ekstrinsik Religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kesadaran terhadap produk halal, Pengetahuan produk halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesadaran terhadap produk halal, Instrinsik Religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli produk halal, Ekstrinsik Religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli produk halal, Pengetahuan produk halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli dan Kesadaran terhadap produk halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli produk halal

Kata kunci : religiusitas dan pengetahuan produk halal, kesadaran produk halal dan minat pembelian produk

## **ABSTRACT**

In this modern era, many product companies are competing to produce food products that contain halal-labeled ingredients for food products made by the wider community.

The population in this study were students who were Muslim in Semarang City who had bought halal cosmetic products. The sample in this study were some students who were Muslim who had bought halal cosmetic products. In the technique of taking samples in this study, using purposive sampling techniques or taking samples. The purposive sampling technique is a deliberate sampling technique. The analytical tool used is Multiple Linear Regression.

The results showed that Intrinsic Religiosity positively and significantly toward the assessment of halal products, extrinsic religiosity positively and significantly towards the assessment of halal products, halal product knowledge had a positive and significant effect on halal products, intrinsic significant religiosity to buy halal products, extrinsic religiosity significantly and significantly on the purchase price of halal goods, halal has a positive and significant influence on the purchase price and an assessment of halal products has a positive and significant effect on the purchase price of halal products

**Keywords:** religiosity and knowledge of halal products, halal products and interest in purchasing products