

## INTISARI

Banyak perusahaan yang berusaha memenuhi kebutuhan akan kosmetik dengan berbagai macam inovasi produk. Inovasi produk kosmetik dilakukan oleh produsen untuk memperoleh kepercayaan konsumen terhadap produk seiring banyak beredarnya kosmetik palsu di pasaran. Banyak cara yang dilakukan dalam upaya pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan. Salah satunya dengan mencari informasi yang terdapat pada atribut produk. Atribut yang dimaksud sebagai media informasi konsumen untuk memperoleh kepercayaan terhadap produk secara lahir bathin adalah halal. Kebutuhan akan jaminan halal pada kosmetik menjadi penting khususnya di Indonesia yang sebagian besar merupakan umat muslim. Konsep halal dalam kehidupan masyarakat Indonesia telah banyak dikenal dan diterapkan khususnya umat islam. Halal diperuntungkan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih yang dimakan atau dikonsumsi oleh manusia menurut syariat Islam.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa: 1) kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas, 2) kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek, 3) persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang, 4) kesadaran merek tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang, 5) loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang, 6) persepsi kualitas memediasi antara kesadaran merek dengan niat pembelian ulang, 7) loyalitas merek memediasi antara kesadaran merek dengan niat pembelian ulang

Kata kunci: kesadaran merek, persepsi kualitas, loyalitas merek, dan niat pembelian ulang