

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
*PURCHASE INTENTION* PADA KOSMETIK LABEL HALAL DI KOTA  
BATAM**

**BELLY BOY  
NPM: 1441238**

**ABSTRAK**

Niat pembelian dan kepercayaan masyarakat terhadap produk kosmetik label halal saat ini semakin berkembang. Tujuan dalam pengkajian ini adalah untuk memperketat pengawasan terhadap produk kosmetik yang belum bersertifikasi halal dan impor produk yang tidak dapat perizinan.

Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada 291 responden. Metode yang digunakan dalam penerapan pengumpulan data adalah metode judgement sampling. Semua kuesioner yang disebarkan pada 291 responden dapat digunakan untuk pengujian data. Pengujian data menggunakan program SPSS versi 22.0 dan Smart PLS 3.0.

Hasil dari penelitian menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara *subjective norm*, *religiosity*, *attitude* dengan *purchase intention*. Dengan adanya ketertarikan konsumen terhadap kosmetik label halal tentunya dapat membantu dalam pengembangan pengimporan produk label halal dan mendapat kepercayaan. Dengan ini produk label halal akan diminati di Kota Batam.

**Kata kunci:** *subjective norm*, *religiosity*, *attitude*, *purchase intention*, kosmetik label halal.