ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor labelisasi halal, *brand image*, harga, dan *halal lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada wanita terhadap produk kosmetik Wardah di Jakarta. Populasi penelitian ini adalah konsumen wanita yang sudah atau sedang menggunakan produk kosmetik Wardah. Sampel yang digunakan adalah 168 responden yang ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data penelitian dilakukan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden. Pengujian hipotesis menggunakan regresi berganda. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal, *brand image*, harga dan *halal lifestyle* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa labelisasi halal, *brand image*, harga, dan *halal lifestyle* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : labelisasi halal, brand image, harga, halal lifestyle, keputusan pembelian