

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk muslim terbesar di dunia dimana berpotensi besar dalam *trend* kosmetik terbaru saat ini yaitu kosmetik halal. Nameera merupakan salah satu produk kosmetik halal di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh Sertifikat Halal, Kesadaran Halal dan Kepercayaan terhadap niat beli *skincare* nameera. Desain penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kausal. Objek penelitian ini adalah Generasi Z dengan jumlah sampel 112 responden dengan *purposive sampling*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Dengan metode analisis data *variance based structural equation* model dengan alat analisis smart-pls 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan sertifikat halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, kesadaran halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli *Skincare* nameera.

Kata kunci: Sertifikat Halal, Kesadaran Halal, Kepercayaan, Niat Beli, Kosmetik Halal, Nameera *Skincare* , Generasi Z



ABSTRACT

Indonesia is a country that has the largest Muslim population in the world where there is great potential in the latest cosmetic trend today, namely halal cosmetics. Nameera is one of the halal cosmetic products in Indonesia. The purpose of this study is to test and analyze the effect of Halal Certificate, Halal Awareness and Trust on nameera skincare purchase intent. The design of this study was to use causal research methods. The object of this study is Generation Z with a sample of 112 respondents with purposive sampling. The approach used in this study is a quantitative approach. With variance based structural equation model data analysis method with smart-pls 3.2.9 analysis tool. The results showed that halal certificates have a positive and significant influence on purchase intent, halal awareness has a positive and significant influence on purchase intent, and trust has a positive and significant influence on purchasing intent Nameera skincare

Keywords: Halal Certificate, Halal Awareness, Trust, Purchase Intention, Halal Cosmetics, Nameera Skincare, Generation Z

