

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang analisis faktor-faktor pendorong pembelian produk Wardah oleh Gen Z Desa Gogodalem Timur Kecamatan Bringin Kabupaten Semarang. Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui apa saja faktor-faktor pendorong yang mendorong pembelian produk Wardah oleh Gen Z Desa Gogodalem Timur. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apa yang melatarbelakangi Generasi Z Desa Gogodalem Timur dalam memutuskan pembelian produk kecantikan Wardah.

Penelitian ini menggunakan Teori Masyarakat Konsumsi oleh Jean Baudrillard dan Teori Gaya Hidup oleh Pierre Bourdieu, serta didukung juga dengan perspektif tokoh antropologi lainnya. Teori-teori yang digunakan ini untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Wardah oleh Gen Z Desa Gogodalem Timur. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z Desa Gogodalem Timur dalam pembelian produk Wardah dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, dan faktor ekonomi. Salah satu alasannya karena mayoritas Gen Z di Desa Gogodalem beragama Muslim, ini menjadikan mereka untuk memilih produk kosmetik yang halal untuk digunakan sehari-hari. Salah satu produk kosmetik di Indonesia yang telah terverifikasi halal MUI yaitu produk Wardah.

**Kata Kunci :** Keputusan pembelian produk Wardah, masyarakat konsumsi, dan gaya hidup.

## **ABSTRACT**

This study examines the analysis of the driving factors for purchasing Wardah products by Gen Z in Gogodalem Timur Village, Bringin District, Semarang Regency. The aim of this study is to identify the driving factors that encourage Gen Z in Gogodalem Timur Village to purchase Wardah products. In addition, this study also aims to understand the underlying reasons for the purchasing decisions of Wardah beauty products by Gen Z in Gogodalem Timur Village.

This study uses the Theory of Consumer Society by Jean Baudrillard and the Theory of Lifestyle by Pierre Bourdieu, as well as other anthropological perspectives. These theories are used to analyze the factors that influence the purchasing decisions of Wardah products by Gen Z in Gogodalem Timur Village. This study uses a qualitative method with an ethnographic approach. The data collection techniques used are observation, interviews, and literature studies.

The results of this study show that the purchasing decisions of Wardah products by Gen Z in Gogodalem Timur Village are influenced by cultural, social, and economic factors. One reason is that the majority of Gen Z in Gogodalem Village are Muslims, which makes them choose halal cosmetics for daily use. One of the halal cosmetics products in Indonesia that has been verified by MUI is Wardah products.

**Keywords :** Wardah product purchasing decisions, consumer society, and lifestyle.