ABSTRAK

Label halal dinilai memiliki peluang yang menjanjikan dengan semakin berkembangnya kesadaran konsumen dalam mengkonsumsi produk halal. Tidak hanya dibidang makanan, produk berlabel halal kini juga merambah ke bidang pariwisata, fashion, bahkan produk kosmetik dan kecantikan. Penggunaan label halal pada suatu produk dinilai dapat memberikan ketenangan bagi konsumen baik secara lahir maupun batin. Hal ini mempengaruhi tingkat permintaan konsumen terhadap produk, baik itu barang atau jasa untuk dikonsumsi. Peluang bisnis inilah yang dirasa dapat mempengaruhi banyaknya produsen mulai menciptakan barang dan jasa berlabel halal untuk memenuhi permintaan pasar.

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi seorang pengusaha dalam mencantumkan label halal pada bisnisnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) dengan alat analisis menggunakan Super Decision versi 3.2. Metode analisis ini dipilih untuk mengetahui faktor terkuat yang dapat mempengaruhi pencantuman label halal pada salon muslimah di kota Semarang. Data kualitatif diperoleh dengan melakukan sesi wawancara singkat dan penyebaran kuesioner kepada 5 salon muslimah sebagai responden dalam penelitian ini. Dari proses analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pencantuman label halal pada salon muslimah yang telah diurutkan ialah Religiusitas (57,9%), *Brand Image* (14,4%), *Halal Lifestyle* (14,3%), Motif Ekonomi (13,4%).

Kata kunci: Keputusan, Label Halal, Salon Muslimah.

FEB UNDIP