

ABSTRAK

Bagi umat muslim barang dan jasa yang dikonsumsi hanya merupakan barang dan jasa yang halal dengan tujuan untuk mendapatkan manfaat dan kemaslahatan, salah satunya adalah mengonsumsi produk *skin care* sebagai upaya untuk menjaga dan merawat kesehatan kulit agar terhindar dari berbagai penyakit kulit. Kesehatan kulit merupakan aspek penting dalam kesehatan tubuh manusia sebab kulit merupakan organ terbesar yang berfungsi sebagai penghalang masuknya mikroba ke dalam tubuh. Namun kesadaran halal konsumen muslim akan produk kosmetik *skin care* masih rendah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa perilaku konsumen muslim dan *expenditure switching* terhadap konsumsi produk *skin care* berlabel halal. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner kepada 400 responden dengan kriteria wanita, muslim, berdomisili di DKI Jakarta, dan berusia 20 – 24 tahun pengguna kosmetik *skin care* dengan metode analisis data deskriptif dan metode regresi logistik.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa variabel kualitas (X2), kecocokan (X3), kesadaran halal (X4), dan harga (X6) berpengaruh secara signifikan terhadap konsumsi kosmetik *skin care* halal (Y1), sedangkan variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap *expenditure switching* produk kosmetik *skin care* berlabel halal (Y2) adalah kualitas (X2), kecocokan (X3), dan harga (X6).

Kata Kunci: Perilaku Konsumen Muslim, *Skin care* Halal, Kosmetik Halal, Kesadaran Halal, Regresi Logistik.