

## ABSTRAK

**Aditya Zulianti (1820310160). Pengaruh Sertifikasi Halal, *Beauty Influencer*, Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Generasi Z di Jepara.**

Industri produk kecantikan menjadi sektor yang menjanjikan bagi pengusaha dengan potensi yang besar. Produk kecantikan yang sering mengalami perkembangan sangat diminati konsumen. Generasi Z cenderung sering menggunakan internet sehingga sosial media dapat dimanfaatkan sebagai platform promosi untuk meningkatkan penjualan, di antaranya melalui pendaftaran sertifikasi halal, melakukan strategi *influencer marketing* dan strategi diferensiasi produk.

Maksud dari riset ini adalah untuk memberikan pemahaman dampak dari adanya sertifikasi halal, *beauty influencer*, diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah di kalangan Generasi Z di Jepara. Kelompok yang menjadi fokus dari penelitian ini mencakup seluruh individu pengguna produk Wardah di wilayah Jepara. *Purposive sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel terhadap 100 responden melalui penyebaran kuesioner. Penelitian ini menerapkan teknik analisis regresi linear berganda yang mencakup uji instrumen, asumsi klasik, dan hipotesis. Temuan dari penelitian ini yaitu: (1) Ditemukan keterkaitan positif antara Sertifikasi Halal dan Keputusan Pembelian produk Wardah terhadap generasi Z di Jepara. (2) Ditemukan keterkaitan positif dari *Beauty Influencer* terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah terhadap generasi Z di Jepara. (3) selain itu, terdapat keterkaitan positif dari Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah terhadap generasi Z di Jepara.

**Kata Kunci: Sertifikasi Halal, *Beauty Influencer*, Diferensiasi Produk, Keputusan Pembelian.**