

## ABSTRAK

**Vena Wulandari, NIM: 1820310212. Minat Beli Konsumen Produk *Skincare* Ms Glow Ditinjau Dari *Halal Awareness, Islamic Branding, Halal Logo* dan *Product Ingredients* (studi kasus Generasi Z yang tinggal Di Kabupaten Kudus).**

Industri kecantikan di era saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat baik di sector nasional maupun global. Masyarakat modern, baik pria maupun wanita semakin sadar akan pentingnya penggunaan kosmetik untuk menunjang penampilan dan gaya hidup mereka. Ms Glow merupakan salah satu kosmetik yang belum terlalu lama memasuki pasar produk kecantikan di Indonesia, secara mengejutkan berhasil meraih Indonesia Best Brand Award tahun 2020 dalam kategori Perawatan Wajah Yang di Jual Secara Eksklusif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *halal awareness, Islamic branding, halal logo, dan product ingredients* berpengaruh secara parsial terhadap minat beli produk *skincare* Ms Glow pada generasi Z di Kabupaten Kudus. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *field research (penelitian lapangan)*. Data primer diperoleh melalui hasil *survey* dengan cara memberikan kuesioner yang disebarakan melalui google form dengan mengajukan sejumlah pertanyaan mengenai *halal awareness, Islamic branding, halal logo, product ingredients* dan minat beli. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Data sekunder yang diperoleh melalui dokumen yang dipelajari melalui buku, jurnal, dan internet untuk mendukung penelitian.

**Kata kunci:** *Halal Awareness, Islamic Branding, Halal Logo dan Product Ingredients, Minat Beli Konsumen Produk Skincare Ms Glow.*