

**PENGARUH *BRAND IMAGE* HALAL PADA PRODUK  
KOSMETIK WARDAH TERHADAP SIKAP KONSUMEN  
PEMULA**

**(Survei pada Siswi Jurusan Administrasi Perkantoran SMK  
TARUNA TERPADU 1 Bogor)**

**Ajeng Dian Islami**

**Abstrak**

**Latar belakang masalah:** membentuk *brand image* baru merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan dalam membuat strategi pemasaran serta dapat meraih keunggulan dalam berkompetisi dengan perusahaan-perusahaan yang juga memproduksi kosmetik. Secara emosional *brand image* baru yang diusung oleh Wardah yaitu produk kosmetik halal dapat membuat konsumen merasa terpuaskan dengan kualitas yang dimiliki oleh Wardah. **Tujuan penelitian:** penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Brand Image* Halal pada Produk Kosmetik Wardah terhadap Sikap Konsumen Pemula. **Metodologi penelitian:** menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sifat eksplanatif dan metode survei. **Hasil penelitian:** menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *Brand Image* Halal pada Produk Kosmetik Wardah terhadap Sikap Konsumen Pemula. **Saran peneliti:** logo produk dibuat agar dapat menarik perhatian konsumen pemula, harga produk kosmetik tidak hanya mempertimbangkan kesesuaian harga dengan kualitas melainkan juga dengan konsumen pemula, produk kosmetik bisa menyakinkan para konsumen pemula bahwa produk kosmetik bisa memberikan kepercayaan diri dan memberikan kesan positif bagi konsumen pemula, misalnya melalui iklan-iklan yang tayang di televisi.

**Kata kunci:** *Brand Image*, kosmetik, halal, sikap konsumen

**INFLUENCE OF KOSHER BRAND IMAGE ON WARDAH  
COSMETIC PRODUCT TOWARD OF BEGINNERS CONSUMER  
ATTITUDE**  
*(Survey on Student Course of Office Administration SMK TARUNA  
TERPADU 1 Bogor)*

**Ajeng Dian Islami**

***Abstract***

***The background of the problem:*** forming a new brand image is one way that can be done in creating a marketing strategy and can gain excellence in competing with companies that also produce cosmetics. Emotionally new brand image that is carried by Wardah kosher cosmetic products can make consumers feel satisfied with the quality that is owned by Wardah. ***The purpose of this study:*** This study aims to determine how big the effect of Kosher Brand Image on Wardah Cosmetic Products to Beginner Consumer Attitudes. ***Research methodology:*** using a quantitative approach with explanative properties and survey methods. ***Result of research:*** show that there is influence between Kosher Brand Image on Wardah Cosmetic Products to Beginner Consumer Attitude. ***Researcher's suggestion:*** product logos are made to attract the attention of the novice consumer, the price of cosmetic products not only consider the price adjustment with the quality but rather with beginner consumer too, cosmetic products can convince the novice consumers that cosmetic products can give confidence and give positive impression for novice consumers, Ads that are live on television.

***Keyword:*** Brand Image, cosmetics, kosher, consumer attitude