

The Effect of Discounts, E-WOM, and Halal Awareness on Repurchase Intention of Halal Cosmetics in E-Commerce among Muslim Students in Jakarta

By Fara Rayan Kemala

ABSTRACT

The presence of e-commerce has increased the interest of young people in buying products, specifically the cosmetics category. The discounts provided create benefits for consumers, especially students, with various reviews on social media regarding certain products can increase a consumer's repurchase intention. Muslim consumers' repurchase intentions for cosmetics are an important concern because not all cosmetics are guaranteed to be halal. Therefore, this research aims to determine the effect of discount, E-WOM, and halal awareness towards repurchase intentions of halal cosmetics through e-commerce on Muslim students in Jakarta. The population in this study were Muslim students who had purchased halal cosmetics in the Jakarta area. This research uses a quantitative descriptive method approach with sampling methods purposive sampling which was tested on Muslim student respondents in Jakarta. The data collected is primary data by providing online-based questionnaires to Muslim students. Data analysis techniques uses the SmartPLS application. The research results show that discount prices, E-WOM, and halal awareness has a positive and significant effect on interest in repurchasing halal cosmetics through e-commerce on Muslim students in Jakarta. The implication of the research is that halal cosmetics businesses can take advantage of discount strategies and e-wom in order to attract consumers' repurchase interest as well as attract attention to increase halal awareness.

Keywords: *discount, e-wom, halal awareness, halal cosmetics, repurchase intention.*

Pengaruh Diskon, E-WOM, dan Kesadaran Halal terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Halal di E-Commerce pada Mahasiswa Muslim Jakarta

Oleh Fara Rayan Kemala

ABSTRAK

Hadirnya *e-commerce* menjadi ketertarikan kalangan muda dalam membeli produk khususnya kategori kosmetik. Adanya diskon yang diberikan membuat keuntungan bagi konsumen terutama mahasiswa, terlebih lagi berbagai ulasan di media sosial mengenai produk tertentu dapat meningkatkan minat beli kembali seorang konsumen. Minat pembelian ulang konsumen muslim terhadap kosmetik menjadi perhatian penting karena belum tentu semua kosmetik terjamin kehalalannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon, *E-WOM*, dan kesadaran halal terhadap minat pembelian ulang kosmetik halal melalui *e-commerce* pada mahasiswa muslim di Jakarta. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa muslim yang pernah melakukan pembelian kosmetik halal di wilayah Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kuantitatif dengan pengambilan sampel melalui metode *purposive sampling* yang diujikan kepada responden mahasiswa muslim di Jakarta. Sumber data berupa data primer dengan memberikan *online-based* kuesioner kepada mahasiswa muslim. Teknik analisis data menggunakan bantuan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga diskon, *E-WOM*, dan kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang kosmetik halal melalui *e-commerce* pada mahasiswa muslim di Jakarta. Implikasi dari penelitian adalah pelaku bisnis kosmetik halal dapat memanfaatkan strategi diskon dan *e-wom* agar menarik minat beli kembali konsumen sekaligus menjadi perhatian untuk meningkatkan kesadaran halal.

Kata Kunci: diskon, *e-wom*, kesadaran halal, kosmetik halal, minat pembelian ulang