

***Determinants of Purchase Decision of Local Beauty Products Avoskin by Muslim Women in Jakarta***

***By Azzahra Fitriani Putri***

***Abstract***

*Indonesia's skyrocketing demand for beauty products, particularly skincare, has grown significantly as indigenous products have gained a stronger foothold. The rapid expansion of the local beauty industry accompanied with major environmental issues, particularly an increase in the amount of waste produced. The local product Avoskin is a pioneer in addressing environmental issues by delivering a variety of halal-labeled and recyclable items, as well as promoting other environmental initiatives. This study intends to analyze determinants of purchasing decisions for Avoskin skin care products through a variety of reviews, including halal awareness, green marketing, and sustainable beauty. The research method utilizes a quantitative descriptive approach. The population analyzed is Muslim woman in Jakarta who fit the stated sample criteria. SmartPLS with inner and outer model test tools are utilized to analyze primary data. The outcomes of the research show that halal awareness, green marketing, and sustainable beauty each have a partial impact on purchase decisions, with halal awareness and sustainable beauty having the greatest significance value. This indicates that consumers are increasingly considering halal and sustainability aspects of their purchasing decisions. The implication of this research is that both business actors and consumers of beauty products, in addition to paying attention to aesthetics, must also support sustainability programs and pay attention to the halalness of their products.*

***Keywords*** : *green marketing, halal awareness, local product, purchase decision, sustainable beauty*

*Determinan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Lokal Avoskin oleh Wanita Muslim di Jakarta*

Oleh Azzahra Fitriani Putri

**Abstrak**

Melonjaknya permintaan produk kecantikan, khususnya perawatan kulit di Indonesia, mengalami pertumbuhan signifikan dengan dominasi produk lokal yang semakin kuat. Pesatnya pertumbuhan industri kecantikan lokal diiringi oleh permasalahan lingkungan yang cukup serius, terutama terkait dengan peningkatan jumlah produksi sampah yang dihasilkan. Produk lokal Avoskin menjadi pionir dalam mengatasi masalah lingkungan dengan menghadirkan beragam produk yang telah berlabel halal serta dapat didaur ulang, juga menggerakkan berbagai aksi dalam melestarikan lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan keputusan pembelian produk kecantikan Avoskin dengan beberapa tinjauan diantaranya; kesadaran halal, pemasaran hijau, dan kecantikan berkelanjutan. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi yang diambil adalah wanita Muslim di Jakarta dengan kriteria sampel tertentu. Analisis data menggunakan SmartPLS dengan alat uji inner dan outer model berdasarkan data primer. Hasil penelitian kesadaran halal, pemasaran hijau, dan kecantikan berkelanjutan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi tertinggi terdapat pada variabel kesadaran halal dan kecantikan berkelanjutan. Hal ini menandakan bahwa konsumen semakin memperhatikan aspek halal dan keberlanjutan dalam keputusan pembelian mereka. Implikasi penelitian ini adalah baik pelaku usaha maupun konsumen produk kecantikan selain memperhatikan estetika namun juga harus mendukung program keberlanjutan dan memperhatikan kehalalan produknya.

**Kata kunci :** kecantikan berkelanjutan, keputusan pembelian, kesadaran halal, pemasaran ramah lingkungan, produk lokal