

# ***The Effect of Halal Awareness, Environmental Sustainability, and Packaging on Consumer Loyalty to NPURE Skincare in Jabodetabek***

**By Jihan Nazhifah**

## **Abstract**

*The halal skincare industry in Indonesia continues to grow rapidly as public awareness of safe, halal-certified, and sustainability oriented beauty products increases. However, amid the proliferation of local brands, consumer loyalty tends to decline as consumers are increasingly likely to switch brands due to the influence of social media trends and rapid product innovation, even though awareness of halal values and environmental issues is on the rise. This phenomenon indicates a gap between perceived values and actual purchasing behavior, particularly for local skincare brands such as NPURE. This study examines the influence of halal awareness, environmental sustainability, and packaging on NPURE consumer loyalty in the Greater Jakarta area using a quantitative approach with 120 respondents. Data processing was performed using the SEM PLS method with the SmartPLS application. The results indicate that halal awareness and packaging have a positive and significant impact on consumer loyalty, while environmental sustainability does not have a significant impact. These findings indicate that halal aspects and packaging quality are the main factors in shaping NPURE consumer loyalty. Therefore, companies need to prioritize strengthening halal values and packaging innovation, while environmental sustainability still requires a more effective communication approach in order to influence loyal behavior.*

**Keywords:** *environmental sustainability, halal awareness, npure, skincare, packaging*

# **Pengaruh Kesadaran Halal, Keberlanjutan Lingkungan dan Kemasan terhadap Loyalitas Konsumen pada *Skincare* NPURE di Jabodetabek**

**Oleh Jihan Nazhifah**

## **Abstrak**

Industri *skincare* halal di Indonesia terus berkembang pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk kecantikan yang aman, bernilai halal, dan berorientasi pada keberlanjutan. Namun, di tengah maraknya merek lokal yang bermunculan, loyalitas konsumen justru cenderung menurun karena konsumen semakin mudah berpindah merek akibat pengaruh tren media sosial dan inovasi produk yang cepat, meskipun kesadaran terhadap nilai halal dan isu lingkungan meningkat. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara nilai yang diyakini dengan perilaku pembelian nyata, khususnya pada merek *skincare* lokal seperti NPURE. Penelitian ini mengkaji pengaruh kesadaran halal, keberlanjutan lingkungan, dan kemasan terhadap loyalitas konsumen NPURE di wilayah Jabodetabek menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 120 responden. Pengolahan data dilakukan dengan metode SEM PLS menggunakan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran halal dan kemasan berpengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan keberlanjutan lingkungan tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek kehalalan dan kualitas kemasan menjadi faktor utama dalam membentuk loyalitas konsumen NPURE, sehingga implikasinya perusahaan perlu memprioritaskan penguatan nilai halal dan inovasi kemasan, sementara aspek keberlanjutan lingkungan masih memerlukan pendekatan komunikasi yang lebih efektif agar dapat memengaruhi perilaku loyal.

**Kata Kunci:** keberlanjutan lingkungan, kemasan, kesadaran halal, npure, *skincare*.