

## ABSTRAK

**St Maliannor.** 2025. *Pengaruh Literasi Halal Dan Nilai Religiusitas Terhadap Konsumsi Produk Kosmetik Halal Pada Masyarakat Kecamatan Bati-Bati*. Skripsi, Program Penelitian Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Pembimbing: Muhammad Rifqi Hidayat, M.Sy. dan Ansharullah. S. Ag., M.Fil.L

**Kata Kunci:** Literasi halal, Perilaku Konsumen, Produk Kosmetik Halal.

Konsumsi produk halal, termasuk kosmetik, mengalami peningkatan signifikan seiring dengan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk yang sesuai syariat Islam. Namun, observasi awal di Kecamatan Bati-Bati menunjukkan bahwa label halal dan nilai religiusitas belum menjadi pertimbangan utama dalam pembelian kosmetik. Banyak masyarakat lebih mengutamakan harga dan tren dibanding kehalalan produk. Fenomena ini mencerminkan adanya kesenjangan antara potensi industri halal dan kesadaran masyarakat dalam mengkonsumsi produk halal. Literasi halal berperan dalam membantu konsumen memahami kandungan produk secara syar'i, sementara religiusitas mencerminkan sejauh mana keyakinan memengaruhi perilaku konsumsi. Tujuan atas penelitian ini yakni menguji pengaruh literasi halal dan religiusitas terhadap konsumsi kosmetik halal di wilayah kecamatan Bati-Bati. Penelitian ini mempergunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode regresi berganda. Data diperoleh melalui penelitian kuesioner dan dianalisis mempergunakan perangkat lunak SPSS versi 22. Temuan penelitian memperlihatkan bahwasanya nilai religiusitas dan literasi halal memengaruhi signifikan tingkat konsumsi kosmetik halal di wilayah tersebut.