

ABSTRAK

Memilih produk kosmetik yang memiliki logo halal, atribut Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) dan *Electronic Word of Mouth* menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh logo halal, atribut Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM), dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian *liptint Barenbliss* di Kota Medan (Studi Kasus Konsumen di Toko Lollipop Kosmetik). Sumber data penelitian ini menggunakan data primer dengan cara melakukan penyebaran kuesioner dengan *google form*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan alat bantu SPSS Versi 26. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 9.907 konsumen *liptint Barenbliss*. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Accidental* dengan *Purposive Sampling* dengan 100 responden. Data yang didapat diolah menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel logo halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *liptint Barenbliss*, atribut Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *liptint Barenbliss*, dan *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *liptint Barenbliss*. Hasil analisis membuktikan bahwa secara simultan logo halal, atribut Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *liptint Barenbliss* di Toko Lollipop Kosmetik Medan.

Kata kunci: **Logo Halal, Atribut BPOM, *Electronic Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian**