

## INTISARI

Kebutuhan akan produk halal semakin meningkat seiring dengan kesadaran masyarakat mengenai produk yang dikonsumsi. Kesadaran masyarakat mengenai kehalalannya tidak hanya pada makanan dan minuman saja, namun mulai berkembang pada produk kosmetik. Hal ini terlihat dari banyaknya pelaku usaha bidang kosmetik yang telah mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikat halal. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kebutuhan konsumen akan kosmetik halal yang telah terpenuhi oleh perusahaan kosmetik halal. Hal ini perlu dilakukan untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan konsumen agar perusahaan mampu bertahan dari persaingan perusahaan yang lain.

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder yang diolah menggunakan metode *Quality Function Development* (QFD). Sampel penelitian ini berjumlah 150 responden yaitu konsumen kosmetik halal yang berdomisili di DI Yogyakarta. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pertama, kebutuhan konsumen atas kualitas produk kosmetik halal terdiri dari tiga dimensi yaitu dimensi nilai konsumsi, kesadaran halal, dan sistem jaminan halal. Kedua, tingkat prioritas kebutuhan konsumen produk kosmetik halal yaitu fungsional, pemerintah, epistemis, merek, pemahaman, audit, kualitas, emosional-estetika, religiusitas, sosialisasi, eksistensi, kondisional, dan sosial. Ketiga, indentifikasi suara respon teknis terdiri dari bahan, dialog, rasional, jaminan, fiqih halal haram, instansi pemerintah, dan *advance editing technique*. Keempat, ditemukan adanya hubungan kuat antara respon teknis standar BPOM dengan variabel fungsional.

**Kata Kunci:** Halal, Kosmetik, *Quality Function Development*

### ***ABSTRACT***

The needs for halal products are increasing along with public awareness of the products they consume. Public awareness about the halal not only on food and beverages, but also it began to grow in cosmetic products. This is evident from the number of cosmetic business actors who have registered their products to obtain halal certification. The purpose of this research is to analyze the level of consumer demand for halal cosmetics that have been met by halal cosmetics company. This is necessary to be done to improve customer loyalty and satisfaction so that companies can survive in competition with other companies.

This research uses primary and secondary data which is processed using Quality Function Deployment (QFD) method. The number of sample of this research is 150 respondents who are halal cosmetics consumers who live in Special Region of Yogyakarta.

The results of this research concluded that first, the consumer demand for halal cosmetics product quality consists of three dimensions, namely consumption value dimension, halal awareness, and halal assurance system. Second, the priority level of consumer demand for halal cosmetic products is functional, government, epistemic, brand, understanding, audit, quality, emotional-aesthetic, religiosity, socialization, existence, conditional, and social. Third, the identification of technical response voice consists of materials, dialog, rational, assurance, fiqh of halal and haram, government agencies, and advanced editing technique. Fourth, it found a strong relationship between BPOM standard technical response with functional variables.

**Key words:** *Halal, Cosmetic, Quality Function Development*