

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara kualitas produk, citra merek, kehalalan produk terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen produk kosmetik Wardah. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung pada counter kosmetik Wardah di Balubur Town Square Bandung. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 102 responden dengan menggunakan teknik sampling *accidental*. Metode yang digunakan adalah kuisisioner dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis jalur (path).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk, citra merek dan kehalalan produk terhadap kepercayaan konsumen dan dampaknya pada keputusan pembelian produk kosmetik Wardah baik secara parsial maupun simultan. Simpulan dari penelitian ini adalah semakin tinggi kualitas produk, citra merek dan kehalalan produk maka kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian akan meningkat. Selain itu, pengaruh langsung antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 2,99 lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung sebesar 5,8%. Kemudian variabel citra merek berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian sebesar 26,7 lebih besar daripada pengaruh tidak langsung sebesar 5,2% dan pengaruh langsung kehalalan produk sebesar 2,08 lebih besar daripada pengaruh tidak langsung sebesar 4% dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen memiliki peran yang kecil sebagai variabel intervening.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra merek, Kehalalan Produk, Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian