

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh labelisasi halal dan citra merek terhadap minat beli dan keputusan pembelian. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah bedak Wardah. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen bedak Wardah di Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 155 responden dengan metode yang digunakan adalah purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program AMOS.

Hasil penelitian yang telah dianalisis adalah labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Labelisasi Halal, Citra Merek, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of halal labeling and brand image toward purchase intention and purchase decision. The object of this study was Wardah's powder. The subject in this study was Wardah's powder consumer in Yogyakarta. In this study, sample of 155 respondents were selected using purposive sampling. Analysis tool used in this study is the Structural Equation Modelling (SEM).

Based on the analysis that have been made the results are the halal labeling is not significantly toward purchase intention, brand image is significantly toward purchase intention, halal labeling is significantly toward purchase decision, and brand image is significantly toward purchase decision.

Keyword : Halal Labeling, Brand Image, purchase intention, and Purchase Decision