

ABSTRAK

Masyarakat muslim memiliki kebutuhan untuk mengkonsumsi produk yang halal sesuai dengan syariat agama Islam. Umat Islam merasa aman dan nyaman saat menggunakan produk halal sehingga ini menjadi peluang besar bagi perusahaan untuk memasarkan produk halal yang telah mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Citra Merek, Kualitas Informasi, Kuantitas Informasi, Kredibilitas Informasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui Halal Product Image dan Minat Beli.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna skincare Wardah di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan model yang tepat dalam mendeskripsikan bagaimana keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dalam membeli produk halal dipengaruhi oleh variabel e-WOM, citra merek, citra produk halal, dan niat beli. Data dikumpulkan dari 300 responden dengan mengisi kuesioner Google Form dengan beberapa kriteria, seperti pengguna produk Wardah di Indonesia yang mencari referensi produk perawatan kulit, tahu atau pernah melihat merek Wardah di Sosial Media, mengikuti atau tidak mengikuti produk Wardah. Untuk mengolah datanya, metode yang digunakan adalah PLS-SEM dengan SmartPLS untuk memprediksi keputusan pembelian pada produk Wardah.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Kuantitas Informasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Model ini mampu memprediksi keputusan pembelian dari Wardah sebesar 51,9%. Spesifik indirect effect terhadap keputusan pembelian juga ditemukan struktural model. Berurutan dari yang paling berpengaruh adalah Citra Merek, Kualitas Informasi dan Kredibilitas yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui Merek Halal Produk dan Minat Beli.

Maka dari itu penulis menyarankan untuk perusahaan Wardah harus memperbaiki Kuantitas Informasi dengan menambah informasi tentang Wardah agar dapat di percaya dan dipahami oleh responden, bisa dilakukan dengan menambah penayangan tentang produk Wardah di berbagai media.

Kata Kunci: Citra Merek; e-WOM; Citra produk halal; m Niat membeli; Keputusan pembelian