

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan salah satu aspek dari perilaku konsumen, di mana konsumen secara langsung akan bertindak dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim pada produk skincare Somethinc. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebar dengan sampel 145 responden yang pernah membeli atau mengonsumsi produk skincare Somethinc pada masyarakat muslim di Kota Semarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan alat analisis SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek, harga dan label halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare Somethinc, sedangkan *brand ambassador* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare Somethinc.

Kata kunci: Keputusan pembelian, citra merek, harga, *brand ambassador*, label halal