

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh brand ambassador, kualitas produk, brand image halal, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen (studi pada konsumen produk wardah)

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk wardah. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 108 responden yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* melalui kuesioner yang disebarakan secara online menggunakan google form. Data hasil penelitian ini diolah menggunakan SPSS versi 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand ambassador, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan brand image halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk.

Kata Kunci : Brand Ambassador, Kualitas Produk, Brand Image Halal, Harga, dan Keputusan Pembelian Produk.