

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH LABELITAS HALAL, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CLEAR HIJAB PURE DI KOTA BANDAR LAMPUNG DENGAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABLE INTERVENING**

**Oleh:**

**Divia Stacia Melvira**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh citra merek terhadap kepercayaan merek pada produk Clear Hijab Pure, (2) mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian pada produk Clear Hijab Pure, (3) mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Clear Hijab Pure. Penelitian ini dilakukan terhadap 130 responden mewakili populasi pembeli Clear Hijab Pure. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Secara bersamaan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian Clear Hijab Pure Shampoo. Penelitian ini menggunakan metode SEM (Pemodelan Persamaan Struktural) dengan melakukan olah data regresi dan analisis jalur.

**Keywords: Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening.**