

**PENGARUH EKUITAS MEREK BRAND WARDAH HALAL *COSMETICS*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Gesit Langgeng Pangestu, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercubuana  
Yogyakarta.

*gesit4511@gmail.com*

**Abstract**

*This study aims to determine the effect of brand equity on the purchasing decision of Wardah Halal Cosmetics, and to determine the effect of brand equity built by the Wardah brand on consumer purchasing decisions for its products.*

*Involving one hundred respondents in the study selected using purposive sampling with certain considerations, namely that they have or are still using Wardah products for at least 3 months of use. Data collection was carried out by distributing questionnaires through google docs, and using the data analysis method, the classical assumption test was carried out and calculated using SPSS 20 software.*

*The results of the study show that Wardah's brand equity on purchasing decisions shows a positive influence between the two, it can be concluded that the brand equity built by Wardah has a strong influence on consumer purchasing decisions against Wardah.*

Keyword : Brand equity, Purcasing decision, Wardah.

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Wardah Halal *Cosmetics*, dan mengetahui pengaruh ekuitas merek yang dibangun oleh brand Wardah terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produknya.

Melibatkan seratus responden dalam penelian yang dipilih menggunakan purposive sampling dengan pertimbangan tertentu yaitu pernah atau masih menggunakan produk Wardah minimal 3 bulan pemakaian. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisoner melalui google docs, dan menggunakan metode analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan dihitung menggunakan software SPSS 20.

Hasil penelitian memnunjukkan bahwa ekuitas merek Wardah terhadap keputusan pembelian menunjukkan pengaruh yang positif diantara keduanya, bisa disimpulkan bahwa ekuitas merek yang dibangun oleh wardah memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap wardah.

Keyword : ekuitas merek, keputusan pembelian, Wardah.