

Model Keterkaitan *Knowledge, Religiosity, Attitude* dan *Purchase Intention* Kosmetik Halal

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *knowledge, religiosity* dan *attitude* terhadap *purchase intention* kosmetik halal pada karyawan Bank Nagari Padang. Data diperoleh melalui kuisioner. Sampel yang diteliti adalah 150 responden karyawan Bank Nagari. Data di analisis dengan menggunakan SmartPLS 3.0. Pada penelitian ini terdapat 2 variabel, diantaranya variabel independent yaitu *knowledge, religiosity* dan *attitude* dan variabel dependen yaitu *purchase intention*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *attitude* dan *purchase intention* pada Kosmetik Halal, terdapat hubungan positif antara *knowledge* dan *attitude* pada Kosmetik Halal, terdapat hubungan positif antara *religiosity* dan *attitude* pada Kosmetik Halal.

Kata Kunci : Knowledge, Religiosity, Attitude, dan Purchase Intention

