

ABSTRAK

Abdul Ashrof Septian, 1820310031, Pengaruh Strategi *Green Marketing*, Label Halal Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian : Studi Pembelian Minuman Le Mineral Pada Mahasiswa Iain Kudus, Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus, 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui; Pertama, pengaruh green marketing terhadap keputusan pembelian. Kedua, pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian. Ketiga, pengaruh *word of mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian minuman Lee Mineral pada mahasiswa IAIN Kudus, sedangkan sampel yang diambil sebanyak 100 orang/responden dengan teknik insidental sampling. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif dan regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; pertama, green marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kedua, label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Ketiga, *word of mouth* (WOM) berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci :Green Marketing, Label Halal, Word Of Mouth (WOM), dan Keputusan Pembelian Minuman Le Mineral