

## ABSTRAK

Yusuf Arroyan 1820310049, Pengaruh *Green Brand Knowledge* dan *Product Assortment* terhadap *Attitude Toward Halal Food* pada Produk Snack Kepo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Green Brand Knowledge* dan *Product Assortment* terhadap *Attitude Toward Halal Food* pada Snack Kepo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah *Green Brand Knowledge* dan *Product Assortment* memiliki pengaruh secara parsial terhadap *Attitude Toward Halal Food* pada Snack Kepo. Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dalam penelitian ini adalah para muslim yang ada di kota Pati, Kudus, Jepara, Rembang, Blora, Demak dan Purwodadi. Penentuan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*, dengan kriteria laki-laki dan perempuan yang berusia 15-50 tahun. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*, dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut maka digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji linier berganda, uji koefisien determinasi, serta uji f (simultan) dan uji t (parsial).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *green brand knowledge* diperoleh  $T_{hitung} < T_{tabel}$  ( $1,849 < 5,328$ ) dan tidak signifikan  $> 0,05$  ( $0,067 > 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya *Green Brand Knowledge* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Halal Food* pada produk Snack Kepo. Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel *product assortment* diperoleh  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $10,343 > 5,328$ ) dan tidak signifikan  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya *Product Assortment* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Halal Food* pada produk Snack Kepo.

**Kata Kunci** : *Green Brand Knowledge, Product Assortment, Attitude Toward Halal Food*