

## ABSTRAK

**Noor Yanah, 1950210079, Pengaruh *Halal Awareness*, *Brand Image*, dan *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Sirup Parijoto “Alammu”)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *halal awareness*, *brand image*, dan *product quality* terhadap keputusan pembelian pada Sirup Parijoto “Alammu”. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Karesidenan Pati yang pernah membeli Sirup Parijoto “Alammu”. Responden penelitian ini berjumlah 97 responden. Metode penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner (angket), observasi (pengamatan), wawancara, dan dokumentasi. Dan teknik analisis data menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *halal awareness* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan *Brand image* dan *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : *Halal Awareness*, *Brand Image*, *Product Quality*, dan Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

**Noor Yanah, 1950210079, *The Influence of Halal Awareness, Brand Image, and Product Quality on Purchasing Decisions (Case Study on Parijoto Syrup "Alammu")***

*This study aims to determine the effect of halal awareness, brand image, and product quality on purchasing decisions on "Alammu" Parijoto Syrup. This type of research is field research using a quantitative approach. This research was conducted on the people of the Pati Residency who had bought "Alammu" Parijoto Syrup. Respondents in this study amounted to 97 respondents. The sampling method in this study used non-probability sampling with the sampling technique using the accidental sampling method. Data collection techniques used were questionnaires, observation, interviews, and documentation. And the data analysis technique uses SPSS version 25. The results of the study show that the influence of halal awareness has no effect on purchasing decisions. Meanwhile, brand image and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords: Halal Awareness, Brand Image, Product Quality, and Purchase Decision**

