

ABSTRAK

Nor Amalia Anggraini, 1720310103, Pengaruh *Islamic Branding* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sasha Pasta Gigi Halal Bersiwak (Studi Kasus Desa Undaan Kidul, Kecamatan. Karanganyar, Kabupaten Demak). Skripsi Jurusan Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus (IAIN) Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Islamic branding* dan promosi terhadap keputusan pembelian Sasha pasta gigi halal bersiwak.

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan menggunakan sumber data yang berasal dari lapangan (*field research*), dengan menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen Sasha pasta gigi halal bersiwak sampel yang digunakan sebesar 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angke). Adapun teknik menganalisis data yang digunakan, yaitu: Uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis dan koefisien determinasi.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *Islamic branding* terhadap keputusan pembelian Sasha pasta gigi halal bersiwak, promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sasha pasta gigi halal bersiwak.

Kata Kunci: Islamic Branding, Promosi dan Keputusan Pembelian