

ABSTRAK

Putri Indah Lestari, 1820310213, Keputusan Pembelian Mi Samyang ditinjau dari Labelisasi Halal, *Halal Awareness*, Harga, dan promosi. (Studi pada Konsumen Mi Samyang generasi Z di Kabupaten Kudus).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Labelisasi halal, *Halal Awareness*, Harga, dan Promosi terhadap keputusan Pembelian Mi Samyang. Penelitian ini dilakukan pada generasi Z di Kabupaten Kudus yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk Mi samyang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausalitas.

Sampel yang diambil dalam penelitian sebanyak 100 responden, yang dipilih menggunakan Teknik *purposive sampling* melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji instrument, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan program *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) for windows 23.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Labelisasi halal, *Halal awareness*, harga dan promosi berpengaruh signifikan pada keputusan Pembelian Mi Samyang.

Keterbatasan penelitian ini Variabel penelitiannya hanya berfokus pada variabel Labelisasi Halal, *Halal Awareness*, Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian. Sampel yang digunakan relatif kecil dan menggunakan analisis data yang digunakan berdasarkan persepsi jawaban responden. Persepsi saat ini mungkin dapat berbeda di lain waktu. Selain itu keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga mengakibatkan penelitian kurang maksimal. Implikasi manajerial dalam penelitian ini adalah pihak Samyang Food diharapkan mampu mempertahankan dan memperbaiki kualitas produk melalui informasi dalam kemasan produk, menjaga kepercayaan konsumen, seperti tercantumnya label halal disetiap varian produk yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, terlebih konsumen muslim generasi Z.

Kata Kunci: Labelisasi Halal, *Halal Awareness*, Harga, promosi, Keputusan Pembelian.