

## ABSTRAK

**Havia Kinanti Ningsih, 1820210034, Pengaruh *Product Knowledge*, *Brand Image*, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Instan (Studi Kasus Kopi Good Day pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *product knowledge*, *brand image*, dan label halal terhadap keputusan pembelian konsumen kopi instan Good Day pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian ini adalah *field research* dengan jumlah populasi sebanyak 442 mahasiswa dan sampel sebanyak 82 mahasiswa. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form* dan diolah melalui SPSS versi 25. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, serta uji autokorelasi, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis yang meliputi uji t, uji f, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian skripsi ini menunjukkan bahwa *product knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  sebesar 3,435 lebih besar daripada  $t_{tabel}$  1,6646 dengan signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  sebesar 3,298 lebih besar daripada  $t_{tabel}$  1,6646 dengan signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,217 lebih besar daripada  $t_{tabel}$  1,6646 dengan signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. *Product knowledge*, *brand image*, dan label halal secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 267,786 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari  $\alpha$  yaitu sebesar 0,05 karena  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu 267,786.

**Kata kunci : *Product Knowledge*, *Brand Image*, Label Halal, Keputusan Pembelian.**