

ABSTRAK

Ninda Syafaatul Asifah, NIM (1720310116), Pengaruh Labelisasi Halal dan Daya Tarik Iklan Kepada Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lipstik Wardah (Studi Kasus Remaja Perempuan Di Desa Pancur Kecamatan Mayong Kabupaten Jepara).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh jumlah sampel 89 responden. Alat pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner yang kemudian di analisis menggunakan teknik pengujian data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda dengan menggunakan bantuan SPSS 26 *for Windows* untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan labelisasi halal tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Daya tarik iklan kepada konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Labelisasi Halal, Daya Tarik Iklan Kepada Konsumen, dan Keputusan Pembelian.*