

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan, *Brand Image*, Labelisasi Halal, dan *Halal Awareness*, Terhadap Keputusan Pembelian di shopee (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee di Kabupaten Tulungagung)” yang ditulis oleh Umi Wahyu Pratama Susilo, 126402212174, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Nadia Rosmalita Sari, S.Pd., M.Kom.

Kata Kunci: Iklan, Brand Image, Labelisasi Halal, dan Halal Awareness Keputusan Pembelian.

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh adanya perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat. Hal ini menghasilkan suatu persaingan di dunia bisnis salah satunya pada perkembangan e-commerce, shopee merupakan e-commerce yang paling populer dan diminati di dunia *marketplace* saat ini. Sebagai konsumen shopee di Tulungagung banyak hal yang harus diperhatikan dalam membeli suatu barang yang sesuai dengan keinginan konsumen di *marketplace* shopee. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh Iklan, Brand Image, Labelisasi Halal, dan Halal Awareness terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi kasus pada konsumen shopee di Tulungagung).

Tujuan penelitian ini (1) menguji pengaruh Iklan, Brand Image, Labelisasi Halal, dan Halal Awareness secara simultan terhadap keputusan pembelian di Shopee. (2) menguji pengaruh Iklan terhadap keputusan pembelian di Shopee. (3) menguji pengaruh Brand Image terhadap keputusan pembelian di Shopee. (4) menguji pengaruh Labelisasi Halal terhadap keputusan pembelian di Shopee. (5) menguji pengaruh Halal Awareness terhadap keputusan pembelian di Shopee.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer. Pengumpulan data menggunakan kuisioner secara langsung. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *Accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Variabel Iklan, *Brand Image*, Labelisasi Halal, dan Halal *Awareness* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada konsumen Shopee Kab Tulungagung. (2) Variabel iklan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di shopee pada konsumen shopee kab Tulungagung, (3) Variabel Brand image terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian di shopee pada konsumen shopee kab Tulungagung, (4) Variabel labelisasi halal terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian di shopee pada konsumen shopee kab Tulungagung, (5) Variabel Halal *awareness* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di shopee pada konsumen shopee kab Tulungagung.

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Advertising, Brand Image, Halal Labeling, and Halal Awareness, on Purchase Decisions at Shopee (Case Study on Shopee Consumers in Tulungagung Regency)" written by Umi Wahyu Pratama Susilo, 126402212174, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Economics, Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, Supervisor Nadia Rosmalita Sari, S.Pd., M.Kom.

Keywords: Advertising, Brand Image, Halal Labeling, and Halal Awareness of Purchase Decisions.

The research in this thesis is motivated by the rapid development of technology and information. This has resulted in competition in the business world, one of which is the development of e-commerce, shopee is the most popular and demanded e-commerce in the world of marketplaces today. As a shopee consumer in Tulungagung, there are many things that must be considered in buying an item that suits the consumer's wishes on the shopee marketplace. The purpose of this study is to determine the influence of Advertising, Brand Image, Halal Labeling, and Halal Awareness on Purchase Decisions at Shopee (Case study on Shopee consumers in Tulungagung

This study uses a quantitative approach with primary data. Data collection using a live questionnaire. Sampling was done using the Accidental Sampling Technique with a sampling of 97 respondents. The measurement in this study uses the Likert scale. The data analysis method used is multiple linear regression analysis to prove the research hypothesis

The results of this study show that (1) Advertising, Brand Image, Halal Labeling, and Halal Awareness variables simultaneously influence purchasing decisions on Shopee among Shopee consumers in Tulungagung Regency. (2) The advertising variable has no effect on the purchase decision at shopee in Tulungagung regency shopee consumers, (3) The brand image variable has an influence on the purchase decision at shopee in Tulungagung regency shopee consumers, (4) The halal labeling variable has an influence on the purchase decision at shopee in Tulungagung regency shopee consumers, (5) The halal awareness variable has no effect on purchase decisions at Shopee for Shopee consumers in Tulungagung Regency.