

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH FAKTOR KESADARAN HALAL DAN *ISLAMIC BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BB CREAM

Oleh :

Selvi Dwi Rachma

Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat Kota Pekanbaru. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Faktor Kesadaran Halal dan Islamic Branding terhadap Keputusan Pembelian Produk BB Cream. Sampel yang diambil berjumlah 100 responden yang merupakan warga Kota Pekanbaru. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan analisis linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran halal dan islamic branding berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk BB Cream. Secara simultan variabel independen (kesadaran halal dan islamic branding) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) produk BB Cream. Nilai R square sebesar 0,486 atau 48,6% berarti variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh kesadaran halal dan islamic branding dan sisanya 52,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

Kata Kunci : Kesadaran Halal, Islamic Branding dan Keputusan Pembelian