

## ABSTRAK

**Adi Nugraha, 201002048. Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan *Endorsment* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Oitwo Bakery Tasikmalaya). 2024.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial Labelisasi Halal, Harga, dan *Endorsment* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Oitwo Bakery Tasikmalaya). Metode penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Responden dalam penelitian ini adalah Konsumen Oitwo Bakery Tasikmalaya sebanyak 100 orang responden. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan data sekunder yang diperoleh melalui dokumen Oitwo Bakery Tasikmalaya. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dengan menggunakan *software* SPSS versi 25. Teknik pengumpulan data menggunakan kepustakaan, wawancara, dan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Labelisasi Halal, Harga, dan *Endorsment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Labelisasi Halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Endorsment* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

**Kata Kunci: Labelisasi Halal, Harga, *Endorsment*, Keputusan Pembelian**