

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh label halal dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko Es Krim Mixue Golden Square baik secara simultan maupun secara parsial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jumlah populasi sebanyak 661 orang dan jumlah sampel sebanyak 76 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS 26.

Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa label halal dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 87,2% sedangkan sisanya sebesar 12,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 22,8% dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 64,4%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Label Halal, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian