

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui lebih dalam apakah Label Halal, dan Kesadaran Halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen UMKM di d Purwokerto. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode penelitian deskriptif kuantitatif melalui kuisioner daring (*google form*). Alat analisis yang digunakan adalah SPSS versi 23. Hasil penelitian disimpulkan bahwa Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kesadaran Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Label Halal dan Kesadaran Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

**Kata Kunci: Label Halal, Kesadaran Halal, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyse and understand more deeply whether Halal Labels and Halal Awareness affect the Purchasing Decision of MSME consumers in Purwokerto. The sample size for this research is 100 respondents. The research method is descriptive quantitative through an online questionnaire (google form). The analysis tool used is SPSS version 23. The results of the research indicate that Halal Labels have a positive and significant effect on Purchasing Decisions. Halal Awareness also has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. Both Halal Labels and Halal Awareness positively and significantly influence Purchasing Decisions.*

**Keywords: Halal Label, Halal Awareness, Purchase Decision**