

**Judul Penelitian** : Pengaruh Label Halal dan Word of Mouth (WOM) terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai variabel mediasi pada Keripik UD. Citra Mandiri Kota Kediri

**Dosen Pembimbing** : Rafikhein Novia Ayuanti, SE., M.M  
: Beny Mahyudi Saputra, SE., M.M

**Nama Mahasiswa** : Eka Novita Ramadhania

**NPM** : 21130210092

### **ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui Pengaruh Label Halal dan *Word of Mouth* (WOM) terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand Image* sebagai variabel mediasi pada keripik UD. Citra Mandiri Kota Kediri. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada 120 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari *convergent validity*, pengukuran reliabilitas dan validitas konstruk, pengukuran validitas diskriminan, koefisien determinasi *R-square* ( $R^2$ ), pengukuran statistik kolinearitas (VIF), uji *t-statistic* (bootstrapping) yang diolah menggunakan SmartPLS 4.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai  $0.000 < 0.05$ , *Word Of Mouth* (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai  $0.000 < 0.05$ , Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image* dengan nilai  $0.000 < 0.05$ , *Word Of Mouth* (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image* dengan nilai  $0.002 < 0.05$ , *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai  $0.000 < 0.05$ . Selanjutnya, label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian yang dimediasi *brand image* dengan nilai  $0.000 < 0.05$ , *Word of Mouth* (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian yang dimediasi *brand image* dengan nilai  $0.005 < 0.05$ .

**Kata Kunci:** Label Halal, *Word of Mouth* (WOM), Keputusan Pembelian, *Brand Image*