

ABSTRAK

PENGARUH *HALAL AWARENESS*, *BRAND AWARENESS*, SERTIFIKASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW

Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, *halal awareness* telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian. Produk yang memiliki sertifikasi halal di Indonesia bukan hanya dinilai lebih aman dan berkualitas oleh konsumen, tetapi juga meningkatkan nilai merek atau *brand value* di mata konsumen Muslim. Melalui *halal awareness*, konsumen tidak hanya mendapatkan informasi tentang kehalalan suatu produk, tetapi juga merasa lebih percaya dan nyaman dalam menggunakannya. Kesadaran ini tidak terbatas pada produk makanan dan minuman saja, tetapi juga merambah ke berbagai sektor lain, seperti produk kecantikan, farmasi, dan bahkan layanan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Halal Awareness, Brand Awareness, Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Glad2Glow.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian Kuantitatif. Pengambilan data menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan sampel konsumen yang menggunakan dan melakukan pembelian produk Glad2Glow

Hasil penelitian ini adalah 1) variabel *Halal Awareness* (X1) dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) produk Glad2Glow, 2) variabel *Brand Awareness* (X2) dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) produk Glad2Glow, 3) variabel Sertifikasi Halal (X3) dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) produk Glad2Glow, 4) variabel Kualitas Produk (X4) dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) produk Glad2Glow, 5) variabel *Halal Awareness*, *Brand Awareness*, Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Glad2Glow.

Kata Kunci: *Halal Awareness*, *Brand Awareness*, Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT
**THE INFLUENCE OF HALAL AWARENESS, BRAND AWARENESS, HALAL
CERTIFICATION, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS OF
GLAD2GLOW PRODUCT.**

In Indonesia, as the country with the largest Muslim population in the world, halal awareness has become a major factor influencing purchasing decisions. Products that have halal certification in Indonesia are not only considered safer and higher quality by consumers, but also increase brand value in the eyes of Muslim consumers. Through halal awareness, consumers not only get information about the halalness of a product, but also feel more confident and comfortable in using it. This awareness is not limited to food and beverage products, but also extends to various other sectors, such as beauty products, pharmaceuticals, and even financial services. This study aims to determine the effect of Halal Awareness, Brand Awareness, Halal Certification and Product Quality on Purchasing Decisions for Glad2Glow products.

This research is a type of Quantitative research. Data collection using primary data sources and secondary data. Data collection techniques by distributing questionnaires using a sample of consumers who use and purchase Glad2Glow products.

The results of this study are 1) the Halal Awareness variable (X1) is stated to have a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) Glad2Glow products, 2) the Brand Awareness variable (X2) is stated to have a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) Glad2Glow products, 3) the Halal Certification variable (X3) is stated to have a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) Glad2Glow products, 4) Product Quality variable (X4) is stated to have a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) Glad2Glow products, 5) variables Halal Awareness, Brand Awareness, Halal Certification and Product Quality are stated to have a positive and significant effect on purchasing decisions for Glad2Glow products.

Keywords: Halal Awareness, Brand Awareness, Halal Certification, Product Quality, Purchase Decision.