

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sertifikasi halal, harga dan citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mixue pada mahasiswa program studi manajemen universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Penggunaan metode pada peneliti ini adalah metode penelitian kuantitatif dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini akan menguji data kuesioner sebagai informasi dengan menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis seperti uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis. 112 mahasiswa dijadikan sebagai sampel penelitian. Temuan analisis menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti sertifikasi halal, harga dan citra merek secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian.

**Kata Kunci** : sertifikasi halal, harga, citra merek, keputusan pembelian

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to find out how halal certification, price and brand image have an influence on mixue purchasing decisions for students of the management study program at Pgri Adi Buana University, Surabaya. The method used by this researcher is a quantitative research method and uses a purposive sampling technique. This study will test the questionnaire data as information using a Likert scale. This study uses analytical approaches such as instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. 112 students were used as the research sample. The findings of the analysis show that factors such as halal certification, price and brand image significantly influence purchasing decisions.*

**Keywords :** *halal certification, price, brand image, purchasing decisions*