ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai pengaruh apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk halal restoran cepat saji milik luar negeri. Variabel independen yang didapatkan dari hasil survei pendahuluan adalah Persepsi Harga, Lokasi, Citra Merek dan Sertifikasi Halal. Sedangkan variabel dependen yang didapatkan adalah keputusan pembelian. Metode analisis data menggunakan Variance Based Structural Equation Modeling Partial Least Square(PLS). Populasinya adalah penduduk berwilayah tinggal di Jakarta Selatan, dengan sampel 200 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan convenience sampling. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan Sertifikasi Halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian,

Kata kunci : Persepsi Harga, Lokasi, Citra Merek,Sertifikasi Halal dan Keputusan Pembelian.