

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal dan pelayanan Islami terhadap keputusan pembelian produk UMKM di Kota Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Populasi penelitian adalah konsumen pada lima UMKM bakery di Kota Lhokseumawe, yaitu Muun Donuts, Aroma Bakery, Breadboy Bakery, Roti Gembul, dan Amanda Bakery. Sampel penelitian berjumlah 70 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal dan pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Pelayanan Islami menunjukkan pengaruh yang lebih kuat dibandingkan label halal. Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan jaminan kehalalan produk dan pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam penting dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: Label Halal, Pelayanan Islami, Keputusan Pembelian, UMKM.