

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk Untuk mengetahui apakah pengetahuan produk, label halal, kesadaran merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian BFC Restara Batanghari. Untuk mengetahui apakah moderasi antara rekomendasi kelompok pada kesadaran merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian BFC Restara Batanghari. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan sampel sebanyak 68 sampel. Obyek dalam penelitian ini adalah label halal, kesadaran merek, keputusan pembelian dan rekomendasi kelompok. Penelitian ini di lakukan di BFC Restara Batanghari yang beralamatkan Di Jl. Raya Batanghari, Banar Joyo, Kec. Batanghari lampung timur. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang dibagikan kepada sampel penelitian. Analisis data menggunakan analisis Moderated Anaysis Regression. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Label Halal berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen BFC Restara Batanghari. kesadaran merek dapat pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini kesadaran merek yang berpengaruh adalah pada aspek keunggulan merek dan yang kurang berpengaruh adalah menunjukkan merek. pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian tidak dimoderasi oleh variabel rekomendasi kelompok. Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian dimoderasi oleh variabel rekomendasi kelompok dengan cukup kuat. Moderasi rekomendasi kelompok tidak mempengaruhi hubungan antara kesadaran merek terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Pengetahuan produk, label halal, kesadaran merek, keputusan pembelian, rekomendasi kelompok