

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN LABEL HALAL
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA USAHA
MIKRO KECIL MENENGAH PASTEL AZIMA DI
KECAMATAN MEDAN JOHOR**

Nama : LINDA AJLIANA

NPM : 71190215010

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing dan label halal terhadap keputusan konsumen pada usaha mikro kecil menengah pastel azima di Kecamatan Medan Johor. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, digital marketing (X1) label halal (X2) dan keputusan konsumen (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer, responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sebanyak 58 orang. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan *SPSS* 16.0 untuk mendapatkan gambaran umum tentang hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel digital marketing dan label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen.

Kata Kunci: Digital Marketing, Label Halal, Keputusan Konsumen.