

ABSTRAK

Eny Hidayatul Zulfah, 1820310052. *Halal Awareness, Ingredient Safety, dan Trust terhadap Purchase Intention* Produk MS Glow pada Masyarakat di Kota Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *halal awareness, ingredient safety, dan trust* terhadap *purchase intention* produk MS Glow pada masyarakat di kota Kudus, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Penentuan sampel menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan metode *Simple Random Sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner (angket). Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS versi 26.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) *Halal Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* dengan nilai t hitung $4,362 > t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (2) *Ingredient Safety* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* dengan nilai t hitung $2,016 > t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikansi $0,047 < 0,05$. (3) *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* dengan nilai t hitung $2,389 > t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$. Adapun hasil uji F variabel *Halal Awareness, Ingredient Safety, dan Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* dengan nilai F hitung $26,565 > F$ tabel $2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Serta hasil koefisien determinasi sebesar $0,437$ atau $43,7\%$ yang dipengaruhi oleh variabel *halal awareness, ingredient safety, dan trust* terhadap *purchase intention*. Sedangkan sisanya sebesar $56,3\%$ dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: *Halal Awareness, Ingredient Safety, Trust, Purchase Intention.*