

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh label halal, inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Somethinc pada masyarakat perempuan di kota Palembang. Variabel Label halal, inovasi produk dan harga yang merupakan variabel independen dan keputusan pembelian merupakan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan alat pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner, menggunakan purposive sampling dengan responden sebanyak 80 yang termasuk kedalam karakteristik responden. Jenis data yang digunakan yaitu data primer serta teknik analisis data yang digunakan yaitu analisa outer model, analisa inner model, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan dalam penelitian ini, menunjukkan hasil bahwa (1) label halal tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk somehinc dengan nilai *T-statistics* sebesar  $1.738 < 1.96$  dan *P-Value* sebesar  $0.082 > 0.05$ . (2) Inovasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk somehinc dengan nilai *T-statistics* sebesar  $4.575 > 1.96$  dan nilai *P-Value* sebesar  $0.000 < 0.05$ . (3) Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Somethinc dengan nilai *T-statistics* sebesar  $2.482 > 1.96$  dan nilai *P-Value* sebesar  $0.13 < 0.05$ . Sedangkan secara simultan (4) label halal, inovasi produk, dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk somethinc pada masyarakat perempuan di kota Palembang dengan nilai *Fhitung*  $23.01 > F_{tabel} 2.72$ .

**Kata Kunci : Harga, Inovasi Produk, Label Halal dan Keputusan Pembelian**