

## ABSTRAK

**Aulia Afrida Mahmudah.** 2023. Pengaruh *Brand Collaboration, Packaging Design, Social Media Advertising* dan Label Halal terhadap *Purchase Decision* pada Produk *Mc'Donalds the BTS Meals*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Mahmud Yusuf, SHI, MSI

**Kata Kunci:** Brand Collaboration, Packaging Design, Social Media Advertising, Label Halal, Purchase Decision.

Penelitian ini dilatarbelangi oleh permasalahan yang muncul akibat adanya *Covid-19* yang memberi dampak sangat signifikan pada semua sektor terutama sektor *Food and Beverages*. Salah satu perusahaan *Food & Beverages* yang dikenal di seluruh dunia *Mc'Donalds* melakukan kerjasama kolaborasi dengan salah satu grup idol terkenal BTS untuk meningkatkan penjualannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand collaboration, packaging design, social media advertising* dan label halal terhadap *purchase decision* pada produk *Mc'Donalds the BTS Meals*.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan metode kuantitatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Nonprobability Sampling* dengan menggunakan *Sampling Purposive*. Hasil penelitian melalui pengujian data dengan signifikansi sebesar 5% (0,05) menggunakan Uji Analisis Regresi Linear Berganda kemudian dilakukan Uji Statistik untuk mengetahui kevalidan data, reliabilitas data, hubungan antar variabel dan pengaruh yang ditimbulkan.

Hasil regresi diperoleh nilai *R square* ( $R^2$ ) sebesar 0,14 yang berarti bahwa variabel *brand collaboration, packaging design, social media advertising* dan label halal dalam penelitian ini mempengaruhi variabel *purchase decision* sebesar 14% sedangkan sisanya 86% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dipenelitian ini.