

**“PENGARUH PROMOSI MELALUI *DIGITAL MARKETING* BERBASIS  
*SOCIAL MEDIA* DAN *LABELISASI HALAL* PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TERNAKMART KOTA  
SURABAYA “**

Nama : Fitri Intan Ayu Rahmawati

NIM : 1011810032

Pembimbing : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

**ABSTRAK**

Peluang yang timbul karena perkembangan digital marketing memberikan dampak yang positif bagi perusahaan. Salah satunya dengan memanfaatkan promosi melalui media sosial yang ada. Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp Bussines merupakan jenis media sosial yang digunakan Ternakmart Kota Surabaya untuk mempromosikan produknya. Selain itu demi menjamin status kehalalan produknya, labelisasi halal pun diterapkan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan untuk menyimpulkan pengaruh promosi melalui digital marketing berbasis sosial media dan labelisasi halal produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Ternakmart Kota Surabaya. Sampel yang digunakan berusia min. 18 tahun, pernah melakukan pembelian offline store, dan bukan jasa pengantar di Ternakmart Kota Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan Non-probability Sampling dengan metode Purposive Sampling. Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuisioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan software IBM SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi melalui digital marketing berbasis sosial media dan labelisasi halal produk berpengaruh secara simultan maupun parsial maupun terhadap keputusan pembelian konsumen pada Ternakmart Kota Surabaya.

**Kata Kunci:** *Digital Marketing*, *Keputusan Pembelian Konsumen*, *Labelisasi Halal Produk*, *Social Media*.

**"INFLUENCE OF PROMOTION THROUGH DIGITAL MARKETING  
BASED ON SOCIAL MEDIA AND HALAL PRODUCT LABELIZATION ON  
CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT TERNAKMART CITY OF  
SURABAYA"**

Name : Fitri Intan Ayu Rahmawati  
Student Identity Number : 1011810032  
Supervisor : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

**ABSTRACT**

*Opportunities arising from the development of digital marketing have a positive impact on the company. One of them is by using promotions through existing social media. Facebook, Instagram, TikTok, and WhatsApp Bussines are types of social media used by Ternakmart Surabaya City to promote their products. In addition, to ensure the halal status of its products, halal labeling is also applied to increase consumer confidence in making purchasing decisions. This study was conducted to conclude the effect of promotion through social media-based digital marketing and product halal labeling on consumer purchasing decisions at Ternakmart Surabaya City. The sample used is min. 18 years old, has made an offline store purchase, and not a delivery service at Ternakmart Surabaya City. Sampling technique using Non-probability Sampling with Purposive Sampling method. Data collection techniques by distributing questionnaires and analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS 25 software. The results showed that promotion through social media-based digital marketing and product halal labeling had an effect simultaneously or partially on consumer purchasing decisions at Ternakmart Surabaya City.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Consumer Purchase Decision, Halal Product Labeling, Social Media.*