

ABSTRAK

Keputusan pembelian menjadi salah satu bagian dari perilaku konsumen yang mana konsumen akan bertindak langsung dalam menentukan produk mana yang akan dikonsumsi. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk makanan impor dalam kemasan. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebar secara daring melalui *google form* dengan sampel 200 responden yang pernah membeli atau mengonsumsi produk makanan impor dalam kemasan di Kota Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan teknik *Partial Least Square* (PLS) menggunakan alat analisis SmartPLS 3.0. Hasil menunjukkan bahwa variabel E-WOM, *halal awareness*, *influencer marketing*, dan *lifestyle* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan.

Kata kunci: Keputusan pembelian, E-WOM, *halal awareness*, *influencer marketing*, *lifestyle*