

## ABSTRAK

Keberadaan minuman boba yang menjamur menarik perhatian masyarakat untuk mengonsumsinya. Surabaya merupakan salah satu kota besar yang didatangi oleh perusahaan *franchise* boba yaitu merek Chatime. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan kesadaran halal, pilihan variasi menu dan pengetahuan gizi dengan keputusan pembelian pada minuman boba merek Chatime. Metode penelitian ini menggunakan observasional analitik dengan jenis penelitian *cross-sectional*. Sampel pada penelitian ini sebesar 162 responden yang merupakan sebagian mahasiswa di Kota Surabaya dengan metode *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan angket kuesioner. Analisis data yang dilakukan adalah analisis univariat dan bivariat menggunakan uji *rank spearman*. Hasil penelitian menunjukkan kesadaran halal baik (61,7%), pilihan variasi menu baik (35,8%), pengetahuan gizi baik (61,1%) dan keputusan pembelian dengan kecenderungan cukup (47,5%). Hasil menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara kesadaran halal dengan keputusan pembelian minuman boba *Chatime* ( $p\text{-value}=0,002$ ), terdapat hubungan yang signifikan antara pilihan variasi menu dengan keputusan pembelian minuman boba *Chatime* ( $p\text{-value}=0,000$ ), tidak terdapat hubungan pengetahuan gizi dengan keputusan pembelian minuman boba *Chatime* ( $p\text{-value}=0,489$ ). Simpulan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan antara kesadaran halal dengan keputusan pembelian. Terdapat hubungan antara pilihan variasi menu dengan keputusan pembelian. Tidak terdapat hubungan antara pengetahuan gizi dengan keputusan pembelian.

**Kata kunci:** minuman boba, keputusan pembelian, pilihan variasi menu, pengetahuan gizi, kesadaran halal