

## ABSTRAK

**Nanda Puji Islamia Syariz**, 2024, *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mixue Cabang Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Pembimbing: Dr. Sri Handayani, M.M.

**Kata Kunci:** *Labelisasi Halal, Citra Merek, Keputusan Pembelian.*

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat pada saat ini, sehingga dapat menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan daya beli masyarakat. Manusia sebagai makhluk ekonomi, pasti terlibat dalam produksi, distribusi, dan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya seperti labelisasi halal dan citra merek. Perusahaan *mixue* belum memiliki sertifikat halal, namun pihak perusahaannya telah mengurusnya dan prosesnya sangat lama. Yang pada akhirnya di tahun awal 2023 telah mendapatkan sertifikat halal tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk *mixue* cabang Pamekasan.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh konsumen *mixue* cabang Pamekasan. Untuk penentuan sampel peneliti menggunakan rumus lemeshow sehingga diperoleh sampel yang berjumlah 100 konsumen. Kemudian teknik analisa data yang digunakan adalah statistik deskriptif.

Hasil penelitian berdasarkan hasil uji parsial diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 0,832 > 1,661$  yang berarti labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *mixue* cabang Pamekasan. Variabel citra merek diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 5,798 > 1,661$  yang berarti citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk *mixue* cabang Pamekasan. Sedangkan berdasarkan uji simultan diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel} = 198,546 > 3,09$  yang berarti ada pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel labelisasi halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk *mixue* cabang Pamekasan.