

INTISARI

Analisis Pengaruh Label Halal, Citra Merek/*Brand*, Kualitas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mahasiswa Muslim Yogyakarta

Oleh :

Aufa Rizka Azzumi
17/4199218/PMU/09139

Indonesia adalah Negara dengan pendudukan mayoritas beragama Muslim yang paling besar di dunia. Dengan jumlah yang besar ini menjadi porsi akan tingginya permintaan produk-produk yang sesuai dengan aturan syariat seperti produk makanan halal, kosmetika halal, dan lain sebagainya. Hal ini menjadi kesempatan besar bagi produsen atau pemasar terutama bidang makanan untuk menjual produk halalnya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh label halal, citra merek/*brand*, dan kualitas produk halal terhadap keputusan pembelian konsumen mahasiswa muslim.

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan responden sebanyak 200 orang yang merupakan mahasiswa muslim di kota Yogyakarta dan menggunakan model regresi linear berganda didukung dengan uji statistic menggunakan bantuan aplikasi *software* SPSS versi 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek/*brand* dan kualitas produk halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen mahasiswa muslim di kota Yogyakarta. Sedangkan label halal tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mahasiswa muslim di kota Yogyakarta.

Kata Kunci: Label halal, Citra Merek/*brand*. Kualitas Produk Halal dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Analysis of Influence Halal Label, Brand Image/Brand And Quality of Halal Products Towards Purchasing Decision Of Yogyakarta Muslim Students

By:

Aufa Rizka Azzumi
17/4199218/PMU/09139

Indonesia is the country with the largest Muslim majority occupation in the world. With this large amount a portion of the high demand for products that comply with Shariah rules such as halal food products, halal cosmetics, and so forth. This is a great opportunity for producers or marketers, especially in the food sector to sell their halal products. This research was aimed to find out the influence of halal labels, brand image/brand, and the quality of halal products on consumer purchasing decisions of Muslim students.

The research used a purposive sampling method with 200 respondents was the consumer Muslim students at Yogyakarta and used the quantitative approach with multiple regression models support by a statistics test assisted by software application of SPSS version 21.

Based on the results that brand image and the quality of halal product influenced purchasing decisions of Muslim students in Yogyakarta, while the halal label does not influence the purchasing decisions of Muslim students in Yogyakarta

Keyword: *Halal Label, Brand Image/Brand, Quality of Halal Products and Purchasing Decisions*