

## ABSTRAK

**Azhar Ardiawan (1209220014):** Pengaruh Citra Merk Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Pada Produk *Mixue* (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

Pada umumnya minat beli seorang konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya mutu suatu produk, citra merek, persepsi harga, lokasi, promosi, label halal, kepercayaan dan kualitas pelayanan. Apabila Citra Merk suatu produk diketahui positif oleh konsumen, maka konsumen akan tertarik ataupun memiliki minat beli pada produk tersebut sesuai dengan kebutuhannya. Kehalalan adalah sesuatu yang sangat penting bagi setiap muslim, sesuatu yang halal bisa menjadi berkah untuk manusia.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1). mengetahui apakah Citra Merk berpengaruh signifikan terhadap minat beli mahasiswa Ekonomi Syariah pada produk *Mixue* 2). mengetahui apakah label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli mahasiswa Ekonomi Syariah pada produk *Mixue* 3). mengetahui Seberapa besar Citra Merk dan label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli mahasiswa Ekonomi Syariah pada produk *Mixue*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Citra Merk menurut Kotler dan Keller yakni persepsi dan kepercayaan konsumen yang digambarkan asosiasi yang terpendam dalam pikiran pelanggan, dan akan diingat selalu ketika slogan pertama kali terdengar oleh pelanggan. Kemudian teori label halal Menurut Rangkuti labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal dan media masa, data primer berdasarkan dari survei kuesioner. yang disebar kepada mahasiswa Ekonomi Syariah. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan melalui pengujian uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Kemudian dalam pengolahannya menggunakan bantuan software SPSS *Statistic Version 24*.

Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut 1). Citra Merk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Berdasarkan hasil uji t dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $8,778 > t$  tabel  $1,652$ . 2). Label halal secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi sebesar  $0,480$  atau  $48\%$  dan hasil uji t dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $4,179 > t$  tabel  $1,652$  3). Citra Merk dan label halal secara simultan berpengaruh signifikan pada minat beli. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi sebesar  $0,480$  atau  $48\%$  dan hasil uji f dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan f hitung  $96,407 > f$  tabel  $3,04$ .

**Kata Kunci:** Citra Merk, Label Halal, Minat Beli