

Abstrak

Kebutuhan dan keinginan merupakan hal yang mendasar bagi manusia, kebutuhan merupakan suatu hal yang dibutuhkan manusia untuk memenuhi kebutuhan fisiologisnya, sedangkan keinginan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan psikologis. Dalam memenuhi kedua hal tersebut seseorang akan mencari alternatif berupa melakukan pembelian. Namun, dalam mengkonsumsi suatu produk hendaknya terjamin halal bagi seorang muslim. Kehalalan tersebut tercermin dalam kepatuhan suatu produk terhadap syariat islam, bentuk konkritnya adalah sertifikasi halal. Dengan begitu dapat memberikan kesan yang baik bagi produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi pada produk minuman halal terhadap keputusan membeli, metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana terhadap subjek penelitian berjumlah 150 orang konsumen muslim mixue. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh terhadap keputusan membeli sebesar 58,5% .

Kata Kunci : *persepsi, halal product, keputusan membeli.*

