

## ABSTRAK

Ulfa Junia Nafisah: “*Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Produk PT. Soka Cipta Niaga*”

Kompetisi pasar *fashion* halal nasional maupun internasional semakin ketat. Oleh karena itu, pelaku *fashion* halal harus dapat membaca sinyal-sinyal perubahan, berkreatifitas dan berinovasi, meningkatkan produktivitas serta memperkuat *brand* sehingga dapat memenangkan pasar nasional maupun internasional. Tinggi rendahnya penjualan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat pada suatu produk. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli diantaranya kualitas, merek, harga, kemasan, acuan.

Penelitian ini bertujuan: 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada produk PT. Soka Cipta Niaga, 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk PT. Soka Cipta Niaga, 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli konsumen pada produk PT. Soka Cipta Niaga, 4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan labelisasi halal terhadap minat beli konsumen pada produk PT. Soka Cipta Niaga.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel harga, kualitas produk dan label halal terhadap minat beli konsumen pada produk SOKA. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan *google form* yang disebar kepada konsumen SOKA di Kota Bandung.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa: 1) Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. 2) Kualitas produk pada produk SOKA mempunyai hubungan namun tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Maka secara parsial variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli. 3) Label halal pada kemasan produk SOKA mempunyai hubungan namun tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Maka secara parsial variabel label halal tidak berpengaruh terhadap minat beli. 4) Harga, kualitas produk dan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk PT. Soka Cipta Niaga. Maka secara simultan variabel harga, kualitas produk dan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sebesar 54,9%. Sedangkan 45,1% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam model ini.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Produk, Label Halal, Minat Beli