

## ABSTRAK

**Muhammad Zaky Anwar (1199220055):** *Pengaruh Label Halal dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Produk Makanan Ringan Berkemasan Pada Kalangan Mahasiswa UIN Bandung.*

Saat ini banyak produk makanan ringan berkemasan yang beredar ada yang sudah berlabel halal dan belum berlabel halal. Makanan ringan yang sudah berlabel halal tentunya kan meningkatkan daya beli konsumennya namun makanan ringan yang belum berlabel halal masih banyak peminatnya padahal belum jelas kehalalannya. Masih banyaknya pembeli tersebut mungkin disebabkan oleh faktor lain salah satunya yaitu harga produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal produk terhadap minat beli produk makanan ringan berkemasan pada kalangan mahasiswa UIN Bandung, pengaruh harga produk terhadap minat beli produk makanan ringan berkemasan pada kalangan mahasiswa UIN Bandung, serta besar pengaruh label halal dan harga pada produk makanan ringan berkemasan terhadap minat beli seorang mahasiswa.

Label halal adalah pemberian tanda halal atau bukti tertulis sebagai jaminan produk yang halal dengan tulisan halal dengan tulisan halal dalam huruf arab. Harga merupakan sebuah patokan uang yang dibebankan pada suatu produk atau jasa tertentu atau jumlah nilai tukar dari konsumen berdasarkan manfaat manfaat yang diberikan dari menggunakan produk atau jasa tersebut. Minat beli adalah sesuatu yang terkait dengan perencanaan konsumen untuk membeli produk barang atau jasa.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Sampel yang digunakan sebanyak 200 orang responden menggunakan teori *roscoe*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner secara online dan studi pustaka. Analisis statistik yang digunakan meliputi uji deskriptif data, uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, uji normalitas, uji multikolinearitas, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa label halal (X1) dan harga produk (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk makanan ringan berkemasan (Y). Hasil uji parsial (t) label halal (X1) dengan tingkat signifikansi t hitung  $>0,05$  senilai  $3,615 > t$  tabel  $1,652$  dan harga produk (X2) dengan tingkat signifikansi t hitung  $>0,05$  senilai  $7,615 > t$  tabel  $1,652$ . Hasil uji simultan (f) label halal (X1) dan harga produk (X2) dengan tingkat signifikansi f hitung  $> 0,05$  senilai  $48,949 > f$  tabel  $3,044$ . Hasil uji koefisien determinasi pada label halal (X1) dan harga produk (X2) terhadap minat beli (Y) sebesar  $33,2\%$  dan  $57,8\%$  dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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