

ABSTRAK

Denisa Aulia Zahra : *Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Kembali (Rebuying) Konsumen Mie Gacoan pada Produk Mie Gacoan*

Peningkatan minat beli kembali (*rebuying*) konsumen merupakan aspek krusial dalam strategi pemasaran setiap perusahaan. Mie Gacoan, sebagai salah satu produk mie instan yang populer di pasaran, menghadapi persaingan yang ketat. Dalam konteks ini, faktor-faktor seperti label halal, kualitas produk dan harga telah menjadi pusat perhatian, tidak hanya bagi produsen Mie Gacoan tetapi juga bagi konsumen. Label halal pada produk menjadi krusial bagi konsumen yang berorientasi pada prinsip-prinsip syariah. Label tersebut menjadi tanda bahwa produk telah diproduksi, di proses dan telah memenuhi persyaratan sesuai dengan aturan-aturan syariah Islam, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan minat beli kembali pada konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel label halal, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa Ekonomi Syariah pada produk Mie Gacoan.

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori minat beli yang dalam penelitian ini adalah minat beli kembali (*rebuying*) konsumen pada pembelian produk Mie Gacoan. Minat beli kembali (*rebuying*) konsumen tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah label halal, kualitas produk, dan harga.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari wawancara serta kuesioner mengenai alat ukur variabel yang disebar kepada mahasiswa Ekonomi Syariah sebagai konsumen dari produk Mie Gacoan, dan data sekunder dari studi pustaka. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS *Statistic Version 26*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat diperoleh hasil nilai sig (p-value) sebesar 0,000 berada di bawah α (0,05), kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat diperoleh hasil nilai sig (p-value) sebesar 0,000 berada di bawah α (0,05), serta variabel harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat diperoleh hasil nilai sig (p-value) sebesar 0,000 berada di bawah α (0,05). Maka dari itu diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal, kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap minat beli kembali (*rebuying*) konsumen Mie Gacoan pada produk Mie Gacoan.

Kata Kunci : *Label Halal, Kualitas Produk, Harga, dan Minat Beli Kembali (Rebuying)*