

ABSTRAK

Fikri Muhamad Fauzi (1209220025): “*Pengaruh Labelisasi Halal, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Poci Cabang Sapan Kabupaten Bandung*”

Di tengah berkembangnya pasar produk, konsumen semakin selektif dalam memilih produk yang memenuhi standar kehalalan, memiliki merek yang terpercaya, dan menawarkan harga yang kompetitif. Fenomena ini menciptakan kebutuhan untuk memahami sejauh mana ketiga faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian, serta bagaimana masing-masing elemen berkontribusi dalam menentukan preferensi konsumen di pasar lokal yang semakin kompetitif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara statistik pengaruh labelisasi halal, merek dan harga terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. konsumen yang melakukan pembelian produk di Es Teh Poci.

Teori yang digunakan adalah teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong, perilaku pembelian konsumen akhir merujuk pada cara individu dan rumah tangga sebagai konsumen akhir membeli barang dan jasa untuk kebutuhan pribadi mereka.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner pada populasi yang telah ditentukan peneliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan menggunakan cara *Non Probability Sampling* dan untuk mengetahui jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan sampel yang digunakan sebanyak 104 responden. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Dalam pengolahan data peneliti menggunakan bantuan program aplikasi SPSS versi 26.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Labelisasi Halal secara parsial dengan nilai t hitung sebesar $4,054 > t$ tabel sebesar $2,110$ artinya labelisasi halal berpengaruh terhadap signifikan keputusan pembelian. Merek secara parsial dengan nilai t hitung sebesar $1,327 < t$ tabel sebesar $2,110$ artinya merek tidak berpengaruh terhadap signifikan keputusan pembelian. Variabel Harga secara parsial dengan nilai t hitung sebesar $3,65 > t$ tabel sebesar $2,110$ artinya harga berpengaruh terhadap signifikan keputusan pembelian, variabel. selanjutnya Labelisasi halal, Merek, dan Harga berpengaruh secara simultan dengan nilai f hitung sebesar $11,736 > f$ tabel sebesar $2,700$.

Kata Kunci : *Labelisasi Halal, Merek, Harga, Keputusan Pembelian, Es Teh Poci*