

**PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE
INSTAN POP MIE CUP**

(Survey Pada Konsumen Pop Mie Cup di Kecamatan Kasihan Bantul)

ALFI BASTIAR

NIM : 141140155

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Yogyakarta

e-mail : bastiar.alfi@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh label halal, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk mie instan pop mie cup (Survey pada konsumen pop mie cup di kecamatan bantul). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Pop mie Cup di kecamatan kasihan bantul yang pernah membeli dan mengkonsumsi pop mie cup minimal satu kali atau lebih. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner tentang label halal, citra merek, kualitas produk, dan harga kepada 115 responden. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel label halal, citra merek, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pop mie cup di Kecamatan Kasihan Bantul. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel label halal, citra merek, kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk pop mie cup di Kecamatan Kasihan Bantul. Faktor label halal, citra merek, kualitas produk dan harga berkontribusi sebesar 95,5% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya 4,5% ditentukan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata kunci : label halal, citra merek, kualitas produk, harga, keputusan pembelian