

ABSTRAK

Negara Indonesia merupakan salah satu negara muslim terbesar di dunia, karena populasi penduduk beragama muslim mencapai 88% dari jumlah populasi penduduk di Indonesia, peningkatan gaya hidup modern berkiblat islam telah terjadi dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Pertumbuhan industry *food and beverage* halal salah satu fenomena yang terjadi saat ini, terutama produk Mixue. PT. Zhisheng Pacific Trading merupakan perusahaan mengurus produk Mixue yang ada di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Label halal, Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Mixue. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penulis membutuhkan 385 responden untuk dipilih menjadi sampel dalam penelitian ini, teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisi regresi berganda, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel Citra Merek, Persepsi Harga, Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mixue. Hasil yang ditemukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Saran pada peneliti selanjutnya dengan menyebarkan kuesioner lebih dari 385 agar penelitian dapat lebih luas.

Kata Kunci: Label halal, Persepsi Harga, Citra merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian