

RINGKASAN

Yerick Reskiawan (08320210060). Pengaruh Labelitas Halal, Harga, Kualitas dan Cita Rasa Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Impor Di Kota Makassar (Studi Kasus Mie Maggi Pada Kedai Lomei Di Pasar Toddopuli). Dibawah bimbingan ibu Sitti Rahbiah dan Bapak Andi Azrarul Amri.

Kedai Lomei Tea adalah sebuah kedai santai yang menyajikan berbagai minuman dan makanan populer khas Malaysia mulai dari teh tarik, kopi, mie maggi hingga jajanan ringan berlokasi strategis di Jl. Toddopuli Raya No. 317, Paropo, Panakkukang, Makassar, Sulawesi Selatan

Tujuan pada penelitian ini yaitu, (1) Mendeskripsikan varian, harga dan volume penjualan produk mie maggi di Kedai Lomei (2) Menganalisis pengaruh labelitas halal produk mie maggi terhadap keputusan pembelian produk impor di kedai Lomei (3) Menganalisis pengaruh harga produk maggi terhadap keputusan pembelian produk impor di kedai Lomei (4) Menganalisis pengaruh kualitas produk maggi terhadap keputusan pembelian produk impor di kedai Lomei (5) Menganalisis pengaruh cita rasa produk maggi terhadap keputusan pembelian produk impor di kedai Lomei (6) Menganalisis pengaruh labelitas halal, harga, kualitas dan cita rasa produk terhadap keputusan pembelian produk impor di kedai Lomei. Penelitian ini telah dilaksanakan pada kedai lomei outlet Jl. Toddopuli Raya No. 317, Paropo, Panakkukang, Makassar, Sulawesi Selatan selama 1 (satu) bulan yaitu bulan juli s.d agustus 2025. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang merupakan konsumen yang melakukan pembelian produk secara langsung di kedai lomei. Pengambilan sampel menggunakan metode Purposive sampling, adalah teknik pengambilan sampel di mana peneliti memilih anggota populasi yang dianggap paling relevan atau memiliki kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian dengan kriteria : Bersedia mengisi lembar kuisisioner/*google form*, Berusia 17 tahun ke atas, dan Konsumen yang pernah membeli produk minimal sekali.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Variabel Labelitas Halal (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), (2) Variabel Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), (3) Variabel Labelitas Kualitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Keputusan Pembelian (Y) (4) Variabel Labelitas Cita Rasa (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Kata Kunci : Labelitas Halal, Harga, Kualitas, Cita Rasa, Keputusan Pembelian