

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE INSTAN SAMYANG DI MEDAN

rozamayasari@unprimdn.ac.id

nayla239safira@gmail.com gilbertsteven88@gmail.com

novitasimanjuntak1411@gmail.com aldianrevaldosinulingga@gmail.com

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi promosi dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian mie instan Samyang di Medan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Prima Indonesia (UNPRI) Medan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial strategi promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, strategi promosi dan labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal merupakan faktor yang lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian dibandingkan strategi promosi, sehingga kepercayaan terhadap kehalalan produk menjadi pertimbangan utama konsumen.

Kata Kunci : **Strategi Promosi, Labelisasi Halal, dan Keputusan Pembelian**