

ABSTRAK

Siti Nabila 105251108821. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Membeli Produk Mixue Ice Cream Di Kota Makassar.* Dibimbing oleh Hurriah Ali Hasan dan Saidin Mansyur.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang dilakukan di Kota Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Mixue Ice Cream Di Kota Makassar. Dalam penelitian ini terdiri dari dua variable yaitu variable X (Labelisasi Halal) dan variable Y (Minat Konsumen).

Total sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner atau angket. Selanjutnya data yang diperoleh tersebut kemudian diolah melalui aplikasi Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)

Dari hasil uji yang dilakukan diketahui, nilai sig, untuk pengaruh Labelisasi halal (X) terhadap variabel minat konsumen membeli (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,5$ dan nilai t hitung $9,476 > t$ tabel $1,976$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh variabel labelisasi halal terhadap minat konsumen membeli.

Kata Kunci : Labelisasi Halal, Minat Konsumen Membeli

ABSTRACT

Siti Nabila 105251108821. *The Influence of Halal Labeling on Interest in Buying Mixue Ice Cream Products in Makassar City.* Supervised by Hurriah Ali Hasan and Saidin Mansyur.

This type of research is quantitative research conducted in Makassar City. This research aims to determine the influence of Halal Labeling on Consumer Interest in Buying Mixue Ice Cream Products in Makassar City. This research consists of two variables, namely variable X (Halal Labeling) and variable Y (Consumer Interest).

The total sample in this study was 150 people. Data collection is carried out by distributing questionnaires or questionnaires. Next, the data obtained is then processed through the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) application.

From the results of the tests carried out, it is known that the sig value for the influence of halal labeling (X) on the purchase interest variable (Y) is $0.000 < 0.5$ and the calculated t value is $9.476 > t \text{ table } 1.976$. So it can be concluded that H1 is accepted, which means there is an influence of the halal labeling variable on buying interest.

Keywords: Halal Labeling, Consumer Purchase Interest