

## ABSTRAK

Label halal dan citra merk merupakan hal yang cukup dipertimbangkan masyarakat Indonesia sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk makanan dan minuman dikarenakan Indonesia merupakan negara dengan mayoritas muslim. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal dan citra merk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Mie Instan Korea di pada konsumen Kota Metro. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan objek penelitian adalah labelisasi halal, citra merk dan keputusan pembelian. Populasi penelitian adalah konsumen di Kota Metro dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Alat analisis yang digunakan adalah menganalisa kualitas data dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal dan citra merk terhadap keputusan pembelian konsumen. Melihat signifikansi yang diperoleh maka variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah citra merk produk.

**Kata Kunci:** labelisasi halal, citra merk dan keputusan pembelian.

## ABSTRACT

*Halal labels and brand image are things that are quite considered by Indonesian people before deciding to buy a food and beverage product because Indonesia is a country with a Muslim majority. The purpose of this study was to determine the effect of halal labeling and brand image together on the purchasing decision of Korean Instant Noodle products in Metro City consumers. The method used in this research is the explanatory survey method. This type of research is quantitative research with the object of research is halal labeling, brand image and purchasing decisions. The study population was consumers in Metro City with a total sample of 96 respondents. Data collection techniques using questionnaires. The analytical tool used is to use data quality analysis and multiple linear regression analysis. The results showed that halal labeling and brand image of consumer purchasing decisions. Seeing the significance obtained, the most influential variable on purchasing decisions is the product brand image.*

*Keywords: halal labeling, brand image and purchasing decisions*