

ABSTRAK

Industri ice cream di Indonesia saat ini masih terus berpeluang untuk meningkatkan pertumbuhannya karena terus mengalami peningkatan dalam konsumsi perkapita seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap makanan dan minuman yang sehat. Saat ini produsen ice cream sudah sangat banyak, terlebih semua itu karena gaya hidup para remaja, dewasa, bahkan orang tua yang menyukai ice cream. Dengan rasa yang enak dan dingin juga memiliki banyak varian rasa, menjadikan ice cream sebagai makanan pelengkap bagi setiap orang. Belakangan ini dunia kuliner Indonesia tengah dihebohkan dengan kehadiran brand ice cream bernama Mixue Ice Cream & Tea. Pada era sekarang ini, beberapa kabupaten dan kota di Indonesia mayoritas telah memiliki gerai mixue ice cream & tea, salah satunya yaitu pada Kota Palembang. Banyaknya gerai mixue menyebabkan lelucon di masyarakat bahwa mixue ice cream & tea telah menjajah Indonesia dengan mengubah ruko kosong menjadi gerai ice cream.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh labelisasi halal, harga dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian ice cream mixue & tea di kota Palembang baik secara parsial maupun secara simultan pada konsumen gerai mixue & tea di kota Palembang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah Teknik *non probability sampling* dengan *insidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan uji asumsi klasik, model regresi linier berganda dan pengujian hipotesis.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variable labelisasi halal (X1) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variable harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan variable kualitas produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan variable labelisasi halal, harga dan kualitas produk secara Bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Labelisasi Halal, Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian*