

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan bisnis makanan dan minuman cepat saji yang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya merek dagang perusahaan yang berdiri di Indonesia khususnya di Kota Semarang antara lain: McDonald, KFC, Burger King, Pizza Hut, Hoka-Hoka Bento dan masih banyak lagi. Sebagai restoran cepat saji McD harus selalu mengembangkan mutu baik dari kualitas layanan, maupun inovasi-inovasi produknya. Hal ini dilakukan untuk tetap menjaga citra merek dengan posisi tertinggi serta mempertahankan minat beli konsumen. Dengan melihat permasalahan yang ada, maka penelitian ini diarahkan untuk menganalisis mengenai bagaimana meningkatkan keputusan pembelian pada restoran McD di kota Semarang melalui label halal, citra merek dan minat beli. Penelitian ini dilakukan pada konsumen McD di kota Semarang dengan melibatkan 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu teknik sampling berdasarkan kriteria tertentu. Pengumpulan datanya dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup, kemudian datanya di analisis menggunakan analisis regresi linear berganda dan uji sobel test dengan menggunakan software SPSS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa label halal dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi label halal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sedangkan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : Label Halal, Citra Merek, Minat Beli, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

Background of this research is the rapid development of fast food and beverage business. This case can be seen from the many trademarks of companies that stand in Indonesia, especially in Semarang, among others: McDonald's, KFC, Burger King, Pizza Hut, Hoka-Hoka Bento and many more. As a fast food restaurant McDonald's must develop good quality of service quality, as well as product innovations. This strategy to maintain the brand image with the highest position and maintain consumer buying interest. Looking at the existing problems, this research is directed to analyze how to improve purchasing decisions at McDonald's in Semarang through halal labels, brand image and buying interest. This research was conducted on McDonald's consumers in Semarang with 100 respondents. The sampling technique to be used in this research was purposive sampling, which is a sampling technique based on criteria. To collection data in this research using a questionnaire consisting of open and closed questions. The data were analyzed using multiple linear regression analysis and sobel test, it was using SPSS software. The results show that the halal label and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions. However, halal labels don't have a positive and significant effect on buying interest, while brand image has a positive and significant effect on buying interest.

**Keywords:** Halal Label, Brand Image, Purchase Interest, Purchasing Decisions.

## **INTISARI**

Penelitian ini membahas tentang upaya McD dalam meningkatkan keputusan pembelian melalui label halal, citra merek dan minat beli. Berdasarkan pada kajian teori yang mendalam dan kritis maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh label halal dan cita merek terhadap keputusan pembelian yang di mediasi minat beli”. Objek penelitian ini adalah seseorang yang pernah membeli (konsumen) di restoran McD. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah Explanatory Research yaitu penelitian yang sifatnya menjelaskan sebab akibat atau kausalitas antara variabel satu dengan yang lain, kemudian teknik sampling menggunakan Purposive Sampling yaitu teknik sampling berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian, yakni kriterianya konsumen minimal sudah berusia 17 tahun, sudah pernah membeli di McD minimal satu kali. Kemudian kuesioner dibagikan kepada 100 responden, kemudian hasil jawaban responden dianalisis menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh label halal, jika label halal pada produk McD semakin baik, keputusan pembelian semakin meningkat. Selanjutnya jika citra merek semakin baik maka keputusan pembelian semakin meningkat. Sedangkan minat beli di pengaruhi oleh citra merek dan minat beli tidak dipengaruhi oleh label halal.