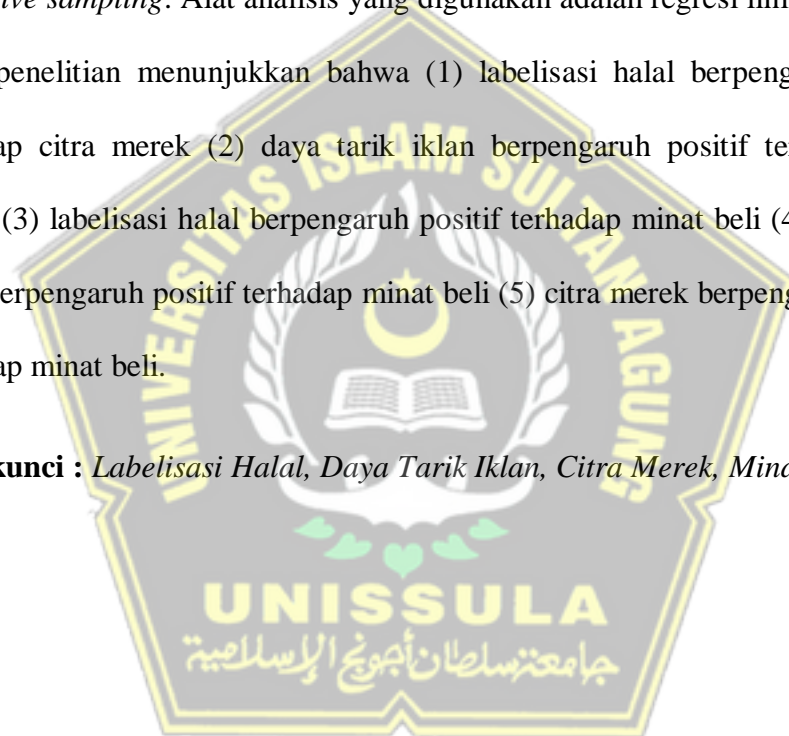


## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel *Labelisasi Halal, Daya Tarik Iklan, dan Citra Merek* terhadap *Minat Beli Konsumen*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden di kota Semarang yang mengkonsumsi produk samyang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) labelisasi halal berpengaruh positif terhadap citra merek (2) daya tarik iklan berpengaruh positif terhadap citra merek (3) labelisasi halal berpengaruh positif terhadap minat beli (4) daya tarik iklan berpengaruh positif terhadap minat beli (5) citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli.

**Kata kunci :** *Labelisasi Halal, Daya Tarik Iklan, Citra Merek, Minat Beli*



## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Halal labeling, advertising attractiveness and brand image on consumer buying interest. The data used in this study are primary data in the form of distributing questionnaires as many as 100 respondents in the city of Semarang who consume Samyang products. The technique used in sampling is purposive sampling. The analysis tool used is multiple linear regression. The results show that (1) halal labeling has a positive effect on brand image (2) attractiveness of advertising has a positive effect on brand image (3) halal labeling has a positive effect on purchase intention (4) attractiveness of advertising has a positive effect on purchase intention (5) image brand has a positive effect on purchase intention.

**Keywords** : *Halal labeling, advertising attractiveness, brand image, buying interest.*

