

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Persepsi Label Halal, Celebrity Endoser, Citra Merek* terhadap *Minat Beli Ulang Konsumen*. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang berupa penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden di kota Semarang yang menggunakan produk Nameera. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Persepsi Label Halal berpengaruh positif terhadap Citra Merek (2) *Celebrity Endoser* berpengaruh positif terhadap Citra Merek (3) Persepsi Label Halal berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang (4) *Celebrity Endoser* berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang (5) Citra Merek berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang.

Kata Kunci: *Persepsi Label Halal, Celebrity Endoser, Citra Merek, Minat Beli Ulang*



ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of Perception of Halal Label, Celebrity Endorser, Brand Image on Consumer Repurchase Interest. The data used in this study is primary data in the form of distributing questionnaires to 100 respondents in the city of Semarang using Nameera products. The technique used in sampling is purposive sampling. The analytical tool used is multiple linear regression. The results showed that (1) Perception of Halal Label had a positive effect on Brand Image (2) Celebrity Endorser had a positive effect on Brand Image (3) Perception of Halal Label had a positive effect on Repurchase Interest (4) Celebrity Endorser had a positive effect on Repurchase Intention (5) Brand Image has a positive effect on Repurchase Interest.

Keywords: *Perception of Halal Label, Celebrity Endorser, Brand Image, Repurchase Interest*

