

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2020

Nova Rismaryani

120.2017.194

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Starbucks Coffee dan Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI Angkatan 2017)

118 halaman + xv halaman + 14 tabel + 4 gambar dan 5 lampiran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Starbucks Coffee dan Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam. Sampel dalam penelitian adalah 211 Mahasiswa/i Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2017 Universitas Yarsi yang pernah membeli kopi di Starbucks. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrument kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis *Partial Least Square Structural Equation modelling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (p -value 0,006) (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (p -value <0,001) (3) labelisasi halal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli (4) kualitas produk, citra merek, dan labelisasi halal dapat dijadikan model yang memiliki kesesuaian (fit) yang besar (GoF 0,549) untuk dijadikan model yang dapat memprediksi (Q^2 0,489) pengaruhnya terhadap minat beli.

Menurut pandangan Islam apabila ingin meningkatkan minat beli masyarakat, penjual harus bisa memperbaiki kualitas produk, citra merek, dan memastikan bahwa produk tersebut halal dan diberi label halal. ketika suatu produk memiliki citra merek yang tinggi maka produk tersebut dapat menarik perhatian orang lain yang sesuai dengan syariat Islam maka akan menimbulkan suatu kesan yang baik terhadap orang lain.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Labelisasi Halal, Minat Beli, Islam