

ABSTRAK

Jumlah penduduk muslim di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dengan meningkatnya jumlah penduduk muslim di Indonesia menciptakan peningkatan pada persediaan barang dan jasa halal yang sesuai dengan syariat Islam. Karena sebagai seorang muslim diwajibkan untuk selalu mengonsumsi produk yang halal, termasuk obat dan suplemen kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal, citra merek, harga dan kualitas produk sebagai variabel independen dalam penelitian ini terhadap keputusan pembelian produk Halal Network International-Herba Penawar Alwahida Indonesia yang merupakan variabel dependen.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen muslim yang pernah membeli dan menggunakan produk Halal Network International-Herba Penawar Alwahida Indonesia di Kota Semarang. Sampel yang dibutuhkan sebanyak 100 responden dengan menggunakan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan pengujian data menggunakan program SPSS Statistics 23.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial citra merek dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Halal Network International-Herba Penawar Alwahida Indonesia. Sementara secara parsial labelisasi halal dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Halal Network International-Herba Penawar Alwahida Indonesia. Sedangkan secara simultan labelisasi halal, citra merek, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Halal Network International-Herba Penawar Alwahida Indonesia.

Kata kunci : *labelisasi halal, citra merek, harga, kualitas produk, keputusan pembelian, Halal Network International-Herba Penawar Alwahida Indonesia.*