

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "*Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek terhadap Rencana Keputusan Pembelian Konsumen di Salwa bakery Trenggalek.*" ditulis oleh Ninda Sulistyani, NIM.17402163394. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung, Pembimbing: Ahmad Budiman, M.S.I.

Konsep labelisasi dan citra merek, merupakan dua unsur yang memberikan pengaruh terhadap hasil penjualan atau rencana keputusan pembelian konsumen terhadap barang produksi berupa *Salwa bakery*. Dari hasil data yang dihimpun ditemukan fakta awal menariknya perusahaan *Salwa bakery* dalam penjualan barang produksinya tersebut, yaitu pada sisi citra merek yang dibangun selama ini. Sehingga, hal tersebut perlu dibuktikan secara teoritis dan ilmiah guna mengetahui kebenarannya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal dan citra merek secara bersama-sama terhadap rencana keputusan pembelian Roti *Salwa Bakery*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Asosiatif, dengan pendekatan kuantitatif yaitu data yang diperoleh dari hasil angka-angka kemudian diolah menggunakan analisa statistik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposive sampling atau sampel yang ditentukan oleh peneliti dengan ciri-ciri tertentu guna menjawab permasalahan penelitian.

Hasil dari penelitian ini adalah ada pengaruh antara labelisasi halal dan citra merek terhadap rencana keputusan pembelian di *Salwa bakery* Trenggalek, baik sesuai hasil pengujian yang dilaksanakan secara parsial maupun simultan. Atau semua variabel X dalam penelitian ini menunjukkan pengaruhnya terhadap variabel Y dalam penelitian ini.

Kata kunci: Labelisasi Halal, Citra Merek, Rencana Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The thesis entitled "**The Effect of Halal Labeling and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions at *Salwa bakery* Trenggalek.**" written by Ninda Sulistyani, NIM.17402163394. Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, IAIN Tulungagung IAIN Tulungagung, Advisor: Ahmad Budiman, M.S.I.

The concept of labeling and brand image, are the two elements that give effect to sales results or consumer purchasing decisions on production goods in the form of *Salwa bakery*. From the data collected, it was found that the initial fact of the interesting *Salwa bakery* company in the sale of its production goods, namely on the brand image that was built so far. So, it needs to be proven theoretically and scientifically to find out the truth. The aim in the study are to explain the effect of halal labeling and brand image together on the purchase decision of Roti Salwa Bakery.

Type of research is associative, with a quantitative approach, namely data obtained from the results of the numbers then processed using statistical analysis. The sampling technique used in this study is purposive sampling or samples that have been previously determined by the researcher

The result of this research is that there is an influence between halal labeling and brand image on the purchase decision plan at *Salwa bakery* Trenggalek, both according to the results of the test which is carried out partially or simultaneously. Or all the X variables in this study show their influence on the Y variable in this study.

Keywords: Halal Labeling, Brand Image, Purchase Decision Plan