

## RINGKASAN

**Nurul Riyani Sugisliana (08320180141). Persepsi dan Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Impor di Kota Makassar (Studi Kasus pada Pasar Modern). Dibawah Bimbingan Ibu Nuraeni dan Bapak Iskandar Hasan.**

Jumlah penduduk Indonesia yang masih akan terus meningkat setiap tahunnya dan akan memicu konsumsi masyarakat yang semakin tinggi. Hal tersebut akan mendorong Indonesia untuk terus melakukan impor barang konsumsi seperti pangan guna untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakatnya. Sehingga akan berdampak pada semakin meningkatnya distribusi barang dan jasa khususnya pada produk makanan impor. Produk barang konsumsi di Indonesia sendiri terbagi menjadi dua jenis yaitu produk lokal dan produk impor.

Tujuan penelitian ini yaitu (1) Mengidentifikasi produk makanan impor berlabel halal pada pasar modern di Kota Makassar. (2) Mendeskripsikan karakteristik konsumen produk makanan berlabel halal pada pasar modern di Kota Makassar. (3) Menganalisis persepsi konsumen terhadap labelisasi halal pada makanan impor berlabel hala pada pasar modern di Kota Makassar. (4) Menganalisis persepsi konsumen terhadap harga produk makanan impor berlabel halal pada pasar modern di Kota Makassar. (5) Menganalisis keputusan pembelian produk makanan impor berlabel halal pada pasar modern di Kota Makassar.

Penelitian ini dilaksanakan pada 3 toko swalayan yang terdapat di Kota Makassar yaitu Lotte Mart, Trans Mart dan Farmers. Alasan dilakukan penelitian di lokasi tersebut karena menurut peneliti lokasi tersebut cukup strategis dan produk-produk yang berasal dari luar negeri atau produk impor cukup banyak tersedia. Waktu penelitian dilaksanakan selama Bulan Juni-Agustus 2024. Jumlah populasi sebanyak 119 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian adalah (1) Jumlah Responden pada penelitian ini sebanyak 119 orang responden yang memiliki beberapa karakteristik yaitu karakteristik berdasarkan jenis usia, berdasarkan jenis kelamin, berdasarkan pendidikan terakhir, berdasarkan pekerjaan dan berdasarkan pendapatan. (2) Labelisasi halal berpengaruh sangat signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk makanan impor berlabelisasi halal. Sebagian besar indikator labelisasi halal berada pada kategori tinggi yaitu indikator gambar, tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, menempel pada kemasan, dan mutu makanan pada kemasan. Sedangkan indikator label halal berdampak baik berada pada kategori sedang. (3) Harga berpengaruh sangat signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk makanan impor berlabelisasi halal. Faktor yang paling mendukung hal tersebut yaitu dari indikator sesuai kualitas dan rasa yang memiliki kategori tinggi. (4) Labelisasi halal dan harga berpengaruh sangat signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk makanan impor berlabelisasi halal. Faktor yang mendukung tingginya tingkat keputusan pembelian yaitu dari indikator pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan pembelian.

**Kata Kunci: Persepsi, Label Halal, Keputusan Pembelian**