

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk mie instan di Kota Langsa. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang mengkonsumsi mie instan di Kota Langsa. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* yang berjumlah 96 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan hasil penelitian  $Y = 2,833 + 0,292X$ . Nilai konstanta sebesar 2,833 merupakan nilai keputusan pembelian sebelum dipengaruhi oleh variabel labelisasi halal. Koefisien regresi labelisasi halal sebesar 0,292 memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Apabila labelisasi halal ditingkatkan sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,292. Hasil korelasi labelisasi halal dengan keputusan pembelian yaitu 0,486 memiliki tingkat hubungan sedang karena berada pada interval 0,400 - 0,599. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,236 atau 23,6%. Hal ini menunjukkan labelisasi halal mempengaruhi keputusan pembelian produk mie instan di Kota Langsa sebesar 23,6% , sedangkan sisanya 76,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan di Kota Langsa. Artinya hipotesis dalam penelitian ini diterima.