

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Desain Packaging, Harga Dan Labelisasi Halal MUI Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Makanan Stik Pisang Anna
Nama : Nur Syaifudin
Program Studi : Manajemen

NUR SYAIFUDIN, Pengaruh *Desain Packaging*, Harga Dan Labelisasi Halal MUI Terhadap *Repurchase Intention* Pada Produk Makanan Stik Pisang Anna (Pembimbing : Prof. Dr. Benny Gunawan, M.Sc).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *desain packaging* (X1), harga (X2) dan labelisasi halal MUI (X3) terhadap *repurchase intention* (Y) pada produk makanan stik pisang Anna.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Akhir di wilayah Kecamatan Kebun Jeruk, Jakarta Barat. Pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* lebih tepatnya *random sampling* yang berjumlah 100 responden. Pengumpulan data dengan menyebar angket (kuesioner) dan observasi. Analisis data menggunakan uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji persyaratan analisis data yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Uji hipotesis yang terdiri dari uji regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinan (R^2). Pengolahan data menggunakan *Software SPSS Statistics 25.0*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) *desain packaging*, harga dan labelisasi halal MUI berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada produk makanan stik pisang Anna. Secara parsial variabel *desain packaging* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada produk makanan stik pisang Anna. Secara parsial variabel labelisasi halal MUI berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *repurchase intention* pada produk makanan stik pisang Anna. Selain itu, variabel yang mempunyai pengaruh yang paling kuat atau dominan diantara variabel yang lainnya adalah variabel harga. dengan nilai *standardized coefficients beta* terhadap *repurchase Intention* sebesar 0,503 dan bernilai positif.

Kata Kunci : *Desain Packaging*, Harga, Labelisasi Halal MUI dan *Repurchase Intention*