

## ***ABSTRACT***

This study was to determine the effect of label halal and brand image on consumers' purchasing power. The object of this study is that consumers restaurant Solaria mall puri indah (kembangan, Jakarta barat) This study is done on 100 respondents using a sampling technique in this research Convenience Sampling. To test the validity, reliability and hypothesis testing using the application Statistical Product and Service Solutions.

Results of analysis using Spss 21 Multiple linear regression equation has a constant magnitude constants of -1 001 indicates that if the independent variables assumed to be in steady state, then the variable consumer buying interest not meaningless without independent variables. of 2 variables (independent) contained in the study showed a simultaneous effect on consumer buying interest (dependent). This is evidenced from simultaneous test (F test) and partial test results (t test) also showed significant values of 2 independent variables that support the hypothesis. Therefore the test results of this study stated that there are significant variables simultaneously between label halal and brand image on consumer buying interest the restaurant solaria branch mall puri indah.

keywords :Label Halal, Brand Image and consumer buying interest

## ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh label halal dan citra merek terhadap daya beli konsumen. Objek penelitian ini adalah konsumen restaurant solaria mall puri indah (kembangan, Jakarta barat) penelitian ini di lakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *Convenience Sampling*. Untuk menguji validitas, reliabilitas dan pengujian hipotesis menggunakan aplikasi *Statistical Product and Service Solutions*

Hasil analisis dengan menggunakan Spss 21 menunjukkan Persamaan regresi linier berganda mempunyai konstanta sebesar -1.001 besaran konstanta tersebut menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen diasumsikan dalam keadaan tetap, maka variabel minat beli konsumen tidak berarti tanpa variabel-variabel independent. dari 2 variabel (independent) yang terdapat dalam penelitian tersebut menunjukkan berpengaruh secara simultan terhadap Minat beli konsumen (dependent). Hal ini dibuktikan dari uji simultan (uji F) dan hasil uji parsial (uji t) juga menunjukkan nilai signifikan dari 2 variabel independent yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variable label halal dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada restaurant solaria cabang mall puri indah.

Kata Kunci : Label Halal, Citra Merek dan Minat Beli Konsumen