



Penulis  
**FACHRYAN ULUL AZMI**  
NIM : 1011910035

Dosen Pembimbing  
**ADITYA NARENDRA WARDHANA, S.T., M.SM.**



## Deskripsi

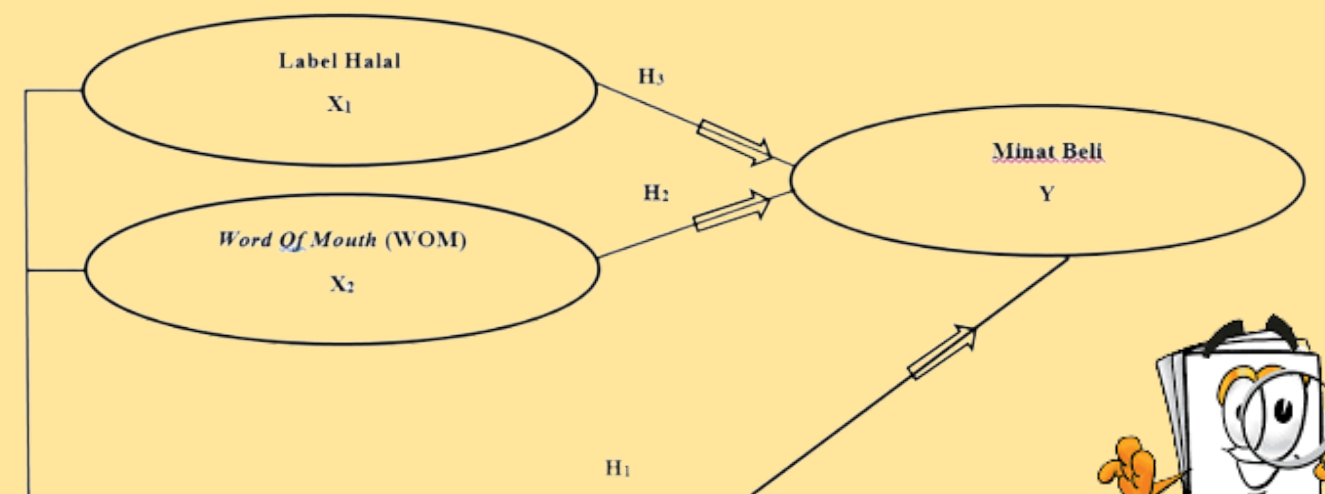
Skripsi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dua faktor yang krusial dalam industri pangan, yaitu label halal dan word of mouth (WOM), terhadap minat beli konsumen terhadap produk Mixue di Kota Gresik. Produk Mixue adalah produk pangan yang akan menjadi objek penelitian dalam studi kasus ini. Penggunaan label halal dalam produk pangan semakin relevan dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk yang mereka konsumsi. Selain itu, penelitian ini juga akan mempertimbangkan peran word of mouth (WOM) sebagai faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Melalui studi kasus di gerai Mixue di Kota Gresik, skripsi ini akan menggunakan metode penelitian yang tepat untuk mengumpulkan data dari konsumen, mengidentifikasi hubungan antara label halal, WOM, dan minat beli konsumen. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan penting bagi produsen dan pemasar produk Mixue serta pihak-pihak terkait dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan daya tarik produk di pasaran.

## Rumusan Masalah

Apakah label halal dan Word Of Mouth berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk Mixue di gerai Gresik?



## Konsep Penelitian



## Pembahasan

1. Label halal menandakan bahwa produk telah diproduksi sesuai prinsip-prinsip agama Islam dan diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh umat Muslim. Oleh karena itu konsumen Muslim cenderung lebih tertarik pada produk dengan label halal karena hal ini memenuhi kebutuhan agama dan memberikan rasa kepercayaan dan keamanan terhadap produk.
2. WOM adalah metode pemasaran di mana konsumen berbagi pengalaman mereka dengan produk atau merek kepada orang lain. Rekomendasi dari orang yang dipercaya menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi dan minat beli konsumen. WOM memiliki kekuatan dalam membangun kepercayaan dan mempengaruhi keputusan pembelian karena informasi datang dari sumber yang dianggap obyektif.

## Kesimpulan

1. Variabel Label Halal berpengaruh secara parsial terhadap variabel Minat Beli produk Mixue di Gerai yang ada di Gresik.
2. Variabel Word of mouth berpengaruh secara parsial terhadap variabel Minat Beli produk Mixue di Gerai yang ada di Gresik.
3. Variabel Label Halal dan Word of mouth berpengaruh secara simultan terhadap variabel Minat Beli produk Mixue di Gerai yang ada di Gresik.

