

ABSTRAK

Noor Maulida Khasanah, 1820310225, Minat Beli Produk Halal Samyang Food Ditinjau dari *Theory of Planned Behavior* pada Generasi Muslim di Kabupaten Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan labelisasi halal sesuai dalam *theory of planned behavior* pada minat beli produk halal Samyang food. Penelitian dilakukan pada generasi muslim di Kabupaten Kudus yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk halal Samyang food. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *field research* (penelitian lapangan).

Sampel penelitian ini sejumlah 100 responden, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan program *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) for windows 23.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan labelisasi halal berpengaruh signifikan pada minat beli produk halal Samyang food.

Keterbatasan penelitian ini hanya berfokus pada variabel sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan labelisasi halal pada minat beli dengan sampel yang relatif kecil dan menggunakan analisis data berdasar persepsi responden saat ini yang mungkin dapat berbeda di lain waktu serta keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga peneliti. Implikasi manajerial penelitian ini yaitu pihak Samyang food diharapkan meningkatkan kualitas produk melalui informasi kehalalan produk untuk meningkatkan kepercayaan konsumen muslim dan menghimbau agar manajemen pemasaran maupun agen periklanan memperhatikan dan menerapkan *theory of planned behavior* dalam upaya pendistribusian produk dan penargetan pasar halal baik lokal maupun internasional.

Kata Kunci: *Minat Beli, Produk Halal, Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Labelisasi Halal, Theory of Planned Behavior*