

## **ABSTARK**

Kopi bagi masyarakat Indonesia adalah salah satu minuman yang digemari. Kegemaran dan adanya gaya hidup masyarakat Indonesia saat ini menjadi peluang bagi produsen Starbucks. Starbucks adalah perusahaan kedai kopi terbesar di dunia. Namun dibalik kesuksesan Starbucks ini, dimana pada tahun 2013 diberitakan bahwa Starbucks belum memiliki sertifikat halal MUI. Melihat hal ini produsen Starbucks pun akhirnya memutuskan untuk melakukan sertifikasi halal setelah 12 tahun berjalan di Indonesia. Sebelum Starbucks melakukan labelisasi halal selama 12 tahun berjalan di Indonesia ini disebabkan oleh kurangnya kepedulian konsumen dengan ada atau tidaknya label halal. Penelitian ini mengidentifikasi pengaruh pengetahuan label halal dan gaya hidup terhadap pembelian ulang konsumen pada produk Starbucks. Jumlah sampel sebanyak 60 orang diwakili tiga gerai yang berada di mall terbesar di kota Bandung. Dalam menentukan sampel peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel non-probability sampling dengan jenis sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Dengan menggunakan rumus Hair. Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa pengetahuan label halal berpengaruh signifikan positif dan gaya hidup tidak berpengaruh dan positif terhadap pembelian ulang. Sedangkan hasil uji F, secara simultan labelisasi halal dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang konsumen pada produk Starbucks.

**Kata Kunci:** Label Halal, Gaya Hidup, Pembelian Ulang

Intan Noor Rakhmawati (1302052) "***The Influence Of The Halal Label Knowledge And Lifestyle Against The Repeat Purchase Consumers On Starbucks Coffee In Bandung City***" under the guidance of Prof. Dr. H. Agus Rahayu, M.P. and Neni Sri Wulandari, S.Pd., M.Si

## **ABSTRACT**

Coffee for the people of Indonesia is one of the popular drinks. Indulgence and lifestyle communities currently Indonesia become opportunities for manufacturers of Starbucks. Starbucks is the largest coffeehouse company in the world. But behind the success of Starbucks, where in the year 2013 preached that Starbucks does not yet have the MUI halal certificate. See this Starbucks producers eventually decided to do halal certification after 12 years running in Indonesia. Before Starbucks do labelisasi halal for 12 years running in Indonesia is caused by the lack of concern of consumers with the least or no halal label. This research identifies the influence of halal label knowledge and lifestyle against the purchase of consumer products on anniversary of Starbucks. The number of samples as many as 60 people represented three outlets are in the biggest mall in the city of Bandung. In determining a sample of researchers using the technique of sampling non-probability sampling with the type of sample used was purposive sampling. Using the formula Hair. Multiple regression results indicate that knowledge of halal label effect significantly positive and life style has no effect and positive towards the purchase. While the results of the test F, simultaneously labelisasi halal and influential lifestyle significantly to re-purchase consumers on Starbucks products.

**Key Words:** Halal Label, Lifestyle, Repeat Purchase