

ABSTRAK

Produk halal merupakan kebutuhan wajib bagi seluruh konsumen khususnya konsumen muslim. Makanan, obat-obatan, dan kosmetik, ada sebagian merupakan produk yang halal dan sebagian lagi dilarang untuk dikonsumsi atau digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kepercayaan, dan peran *influencer* terhadap keputusan pembelian produk makanan ramen halal SeiRock-Ya.

Metode penelitian yang digunakan adalah survei melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden yang merupakan konsumen produk makanan halal ramen SeiRock-Ya. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen yang pernah membeli produk makanan ramen halal SeiRock-Ya. Sampel yang dibutuhkan sebanyak 100 responden dengan menggunakan *purposive sampling*. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan diuji menggunakan program *SPSS Statistic 25*.

Hasil pada penelitian ini dapat ditunjukkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ramen halal SeiRock-Ya, variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ramen halal SeiRock-Ya, sedangkan peran *influencer* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ramen halal SeiRock-Ya.

Kata Kunci: *Persepsi Harga, Kepercayaan, Peran Influencer, Ramen Halal.*

