

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan bisnis makanan dan *food tourism* yang terus meningkat, sehingga memberikan dampak bagi kehidupan manusia atau dalam dunia bisnis saat ini. Bandung merupakan salah satu Kota yang perkembangan dunia kuliner serta restoran yang berkembang pesat. Mie Gacoan merupakan salah satu restoran atau usaha kuliner dengan menyajikan mie dengan cita rasa pedas dengan berbagai tingkat kepedasan. Banyaknya kompetitor yang mulai bermunculan membuat Mie Gacoan harus pintar dalam menetapkan strategi apa yang akan digunakan dalam memasarkan produknya agar tetap bertahan di pasar. Adapun cara agar produk Mie Gacoan tetap dikenal dan diingat oleh konsumen adalah dengan membuat citra merek yang baik dihadapan konsumen dan label produk yang baik. Sehingga dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan label terhadap minat beli baik secara parsial maupun secara simultan pada Mie Gacoan di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis deskriptif. Dengan pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin*, sebagai alat untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui lebih dari 100 dan berdasarkan hasil perhitungan tersebut didapatkan 110 responden dan dalam penelitian ini peneliti dibantu dengan bantuan software IBM SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya positif dan signifikan yang baik secara parsial maupun simultan terhadap tiga variabel tersebut. Dengan hasil $Y = 30.986 + 0.033X_1 + 0.065X_2$. Dan pada hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh sebesar 42,8 % terhadap minat beli dan sisanya sebesar 57.2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang sedang diteliti.

Kata Kunci: Citra Merek, Label, Minat Beli dan Mie Gacoan