

ABSTRAK

Fikri Fuadi (1209220023): “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK DAN LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT REPURCHASE PRODUK CROCANTE CHIPS (STUDI KASUS UMKM SFS GROUP SERTIFIKASI HALAL)

Pasar produk halal di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat, menciptakan peluang dan tantangan bagi produsen untuk memahami dan merespons kebutuhan konsumen yang semakin sadar akan kehalalan. Produk-produk halal, termasuk makanan ringan seperti keripik ubi, semakin mendapatkan tempat di hati konsumen Indonesia, dengan populasi Muslim yang besar, telah diakui memiliki potensi yang sangat besar dalam mengembangkan industri halal. Data dari Kementerian Dalam Negeri menunjukkan bahwa populasi Indonesia terus bertambah, dengan lebih dari 241 juta penduduk memeluk Islam, yang mewakili sekitar 87,02% dari total populasi. Dengan demikian, Indonesia menyumbang sekitar 12,7% dari populasi Muslim global. Pertumbuhan ini menciptakan permintaan yang tinggi akan produk halal di pasar domestik. Konsumen sekarang mulai pintar dalam memilih produk menyebabkan mereka akan mencari kesesuaian antara kehalalan produk dengan kualitas produk yang mereka terima.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara statistik pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat repurchase, baik secara parsial maupun simultan. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat umum.

Teori yang digunakan adalah teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler mengenai minat beli, yang menjelaskan bahwa minat beli didefinisikan sebagai pengukur kemungkinan konsumen membeli produk tertentu, Dimana tingginya minat beli berdampak pada kemungkinan yang cukup besar dalam terjadinya keputusan pembelian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner pada populasi yang telah ditentukan peneliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan menggunakan cara *insidental sampling* dan untuk mengetahui jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus *lemeslow* dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 90 responden. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji normalitas, uji korelasi, analisis uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Dalam pengolahan data, peneliti menggunakan bantuan program aplikasi Spss versi 27.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap repurchase yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi kualitas produk $1,190 < t$ tabel sebesar 1,987 sedangkan nilai signifikansi harga produk $0,851 < t$ tabel sebesar 1,987 artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Variabel labelisasi halal secara parsial berpengaruh positif terhadap repurchase yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $2,485 > t$ tabel sebesar 1,987 artinya H_a di terima H_0 di tolak. Adapun hasil uji f ke tiga variabel kualitas produk, harga produk, dan labelisasi halal terhadap rebuying dengan nilai f hitung $8,718 > f$ tabel sebesar 2,710 artinya berpengaruh positif. Kualitas produk, harga produk, dan labelisasi halal ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,233 atau 23,3%. Artinya bahwa variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen termasuk dalam mode; .

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga produk, Labelisasi halal, Repurchase

