

ABSTRAK

Lidia Sita Muludiah : Pengaruh Label Halal, Diskon dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung pada Aplikasi Qpon di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk melalui aplikasi digital. Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung memanfaatkan aplikasi Qpon sebagai media penjualan dengan menawarkan program diskon serta didukung oleh label halal dan kualitas pelayanan. Namun, pada praktiknya penjualan produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung melalui aplikasi Qpon mengalami fluktuasi sehingga keputusan pembelian konsumen menjadi hal yang perlu diperhatikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal, diskon, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung pada aplikasi Qpon di kalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif verifikatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 mahasiswa aktif UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal, diskon, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung pada aplikasi Qpon di kalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Secara simultan, label halal, diskon, dan kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 66,933 dan nilai signifikansi sebesar $<0,001$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,677 menunjukkan bahwa label halal, diskon, dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan sebesar 67,7% variasi keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 32,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Label Halal, Diskon, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.