

ABSTRAK

Risma Nurhayati (1189220080): “Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Lemonilo”.

Penelitian ini dilakukan dengan dasar adanya keinginan manusia untuk memenuhi kebutuhan primernya, khususnya dalam hal konsumsi pangan. Salah satu produk pangan yang paling banyak digemari oleh masyarakat Indonesia adalah mie instan. Tingginya permintaan masyarakat terhadap produk mie instan membuat lebih banyak persaingan antar produsen mie instan, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Sehingga saat ini, perusahaan dituntut untuk memperhatikan factor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan, supaya perusahaannya dapat bersaing dengan perusahaan lain yang serupa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh labelisasi halal, kualitas produk, dan harga, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan pembelian produk mie Lemonilo pada masyarakat Kecamatan Bantarujeg. Serta mengetahui besar pengaruh labelisasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk mie Lemonilo pada masyarakat Kecamatan Bantarujeg.

Menurut Kotler, pemasaran ialah suatu proses *social and managerial*, di mana individu-individu atau suatu kelompok memperoleh sesuatu yang mereka inginkan dan butuhkan melalui proses produksi, tawar menawar, dan tukar menukar barang atau jasa yang dapat dinilai oleh pihak lain. Konsep dan strategi pemasaran perlu diterapkan oleh suatu perusahaan supaya aktivitas bisnis dapat lebih terorganisir yang kemudian akan berimbas pada peningkatan jumlah permintaan konsumen terhadap produk dan perolehan laba yang maksimal. Adapun beberapa konsep dan teori yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam penelitian ini antara lain konsep bisnis dalam Islam, konsep halal dan haram, labelisasi halal, kualitas produk, harga, dan teori keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis penelitian, di mana peneliti menggunakan bantuan program aplikasi IBM SPSS versi 23 dalam menganalisis data penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel labelisasi halal, kualitas produk dan harga, masing-masing memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan untuk uji simultan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi, variabel labelisasi halal, kualitas produk, dan harga, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie Lemonilo. Di mana pengaruhnya adalah sebesar 49,9 % dan sisanya 50,1 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian