

ABSTRAK

Hanifah Nur Hasanah (1199220033): Pengaruh Kualitas Produk dan Labelisasi Halal terhadap Minat Beli pada Marketplace Halalpedia

Menjamurnya industri *e-commerce* dan meningkatnya tren gaya hidup halal, maka diperlukannya *marketplace* yang mengkhususkan pada produk halal untuk mengakomodasi kebutuhan umat muslim di Indonesia. Hadirnya *marketplace* halalpedia menjadi sebuah solusi bagi masyarakat muslim di Indonesia yang ingin beralih ke gaya hidup halal. Akan tetapi, aplikasi halalpedia saat ini berjumlah +6.000 pengguna (halalpedia, 2023). Peningkatan minat beli melalui halalpedia dapat diwujudkan dengan adanya kualitas produk disertai labelisasi halal pada produk yang tercantum.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk dan labelisasi halal terhadap minat beli pada *marketplace* halalpedia baik secara parsial ataupun secara simultan.

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori minat beli yang dalam penelitian ini adalah keinginan konsumen berbelanja melalui *marketplace*. Minat beli konsumen muslim yang berbelanja online dapat dipengaruhi berbagai faktor, diantaranya adalah kualitas produk dan pencantuman label halal.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrument penelitian, uji korelasi, uji hipotesis dan analisis regresi. Peneliti menggunakan bantuan program aplikasi IBM SPSS versi 25 dalam menganalisis data penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai uji parsial (uji T) $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk variabel Kualitas Produk yaitu $6,887 > 1,98472$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli. Labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada *marketplace* halalpedia. Hal ini dibuktikan dengan uji parsial (uji T) nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk labelisasi halal yaitu $7,406 > 1,98472$. Kualitas produk dan labelisasi halal secara simultan mempengaruhi minat beli pada *marketplace* halalpedia. Dengan pengujian secara simultan (uji F) yang memperoleh hasil nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $40,514 > 3,09$. Sedangkan hasil pada pengujian koefisien determinasi (R^2) sebesar sebesar 0,317 juga membuktikan bahwa pengaruh kualitas produk dan labelisasi halal secara bersama-sama (simultan) terhadap minat beli pada *marketplace* Halalpedia adalah sebesar 45,5% dan sisanya sebesar 54,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Label Halal, Minat Beli.