

ABSTRAK

Hadad Nurul Huda (1189220034) PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN KHAS DAERAH GARUT DI PT. HERLINAH CIPTA PRATAMA

Perkembangan ekonomi dewasa ini semakin mengarah pada persaingan ketat khususnya untuk perusahaan yang menjual produk-produk yang memiliki kekhasan daerahnya. Salah satunya yaitu makanan Dodol Picnic yang cukup banyak terkenal oleh masyarakat. Banyaknya variasi produk makanan yang menjajakan jualannya membuat banyak pesaing antar produsen yang akhirnya berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, supaya perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang serupa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh label halal dan kualitas produk secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian Dodol Picnic pada masyarakat. Serta mengetahui besar pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Dodol Picnic.

Label halal dan kualitas produk merupakan dua hal penting yang menjadi suatu keunggulan yang dapat diberikan oleh produsen kepada para calon konsumen. Maka dari itu, dapat diasumsikan bahwa keduanya memiliki pengaruh besar terhadap keputusan membeli konsumen pada suatu produk.

Penelitian ini menggunakan metode penelien kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner mealui goggle form. Adapun teknik analisis data yang gunakan adalah uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis penelitian, dimana peneliti menggunakan bantuan program aplikasi IBM SPSS versi 25 dalam menganalisis data penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pada pembahasan di atas, dalam penelitian ini diperoleh persamaan regresi $Y = 6.893 + 0.468X_1 + 0.373X_2 + e$. Persamaan tersebut menggambarkan bahwa nilai koefisien Kualitas Produk adalah 0.373. Artinya jika variabel Kualitas Produk (X_2) meningkat 1% dengan anggapan Label Halal (X_1) dan nilai konstanta (a) adalah 0 (nol), maka Keputusan Pembelian (Y) meningkat sebesar 0.373 atau 37,3%.

Kata Kunci : Label Halal, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian