

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Label Halal, Promosi, dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek” ini ditulis oleh Erna Widya Astuti, NIM. 17402163297, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan pembimbing Dr. Muhamad Aswad, M.A.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya kondisi tingginya tingkat permintaan konsumen terhadap makanan ringan. Tingginya permintaan konsumen terhadap makanan ringan, membuka peluang usaha yang potensial dalam bidang ini. Hal ini mendorong para pengusaha untuk ikut berpartisipasi dalam persaingan pasar. Salah satu usaha yang bergerak dalam bidang makanan ringan adalah usaha jamur mantan. Beragamnya produk di pasaran menuntut konsumen untuk lebih pintar dan selektif dalam memilih produk. Konsumen memiliki perilaku yang berbeda-beda satu sama lain ketika mengambil keputusan pembelian. Dalam pengambilan keputusan pembelian, konsumen memiliki sasaran atau perilaku yang ingin dicapai atau dipuaskan. Oleh karenanya perusahaan harus mampu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk menguji pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek. 2) Untuk menguji pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek. 3) Untuk menguji pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek. 4) Untuk menguji pengaruh label halal, promosi, dan kemasan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden konsumen produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek yang beragama Islam. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil penyebaran kuesioner. Pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Alat analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan uji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Tidak ada pengaruh yang signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek. 2) Ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek. 3) Ada pengaruh yang signifikan antara kemasan terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek. 4) Ada pengaruh secara simultan antara variabel label halal, promosi, dan kemasan terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek.

Kata Kunci : label halal, promosi, kemasan, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Thesis with the title “The influence of Halal Label, Promotion, and Packaging on the Purchase Decision of Jamur Mantan Products in Trenggalek District” is written by Erna Widya Astuti, NIM. 17402163297, majoring in Islamic Economic, Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung with advisor Dr. Muhamad Aswad, M.A.

This research was motivated by the high level of consumer demand for snacks. The high consumer demand for snacks, opens up potential business opportunities in this field. This encourages entrepreneurs to participate in market competition. One of the businesses engaged in snacks sector is the jamur mantan business. The diversity of products in the market requires consumers to be smarter and selective to choose products. Consumers have different behavior from each other when making purchasing decisions. In making purchasing decisions, consumers have goals or behaviors to be achieved or satisfied. Therefore the company must be able to understand the factors that influence consumers in making purchasing decisions.

The purpose of this research is: 1) To test the influence of halal label on the purchase decision of Jamur Mantan products in Trenggalek district. 2) To test the influence of promotion on the purchase decision of Jamur Mantan products in Trenggalek district. 3) To test the influence of packaging on the purchase decision of Jamur Mantan products in Trenggalek district. 4) To test the influence of halal label, promotion, and packaging simultaneously on the purchase decision of Jamur Mantan products in Trenggalek district.

This research used quantitative approach with associative research types. The number of samples in this research were 100 respondents consumers of Jamur Mantan products in Trenggalek district who are Muslim. The sampling technique used accidental sampling. Primary data sources in this research was obtained through the results of distributed questionnaire. To measure the data in this research used likert scale. Data analysis tool in this research used a research instrument test that is the validity test and reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis test, and coefficient of determination.

The results of this research showed that: 1) There was no significant influence between the halal label on the purchase decision of Jamur Mantan products in Trenggalek district. 2) There was a significant influence between promotion on the purchase decision of Jamur Mantan Products in Trenggalek district. 3) There was a significant influence between packaging on the purchase decision of Jamur Mantan products in Trenggalek district. 4) There was a simultaneous influence between the variables of halal label, promotion, and packaging on the purchase decision of Jamur Mantan products in Trenggalek district.

Keyword : halal label, promotion, packaging, and purchase decision