

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Digitalisasi, Label Halal dan Persepsi *Maşlahah* Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan Tahun 2018” yang ditulis oleh Isma Nafi’ah, NIM. 12405183002, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Sri Eka Astutiningsih, S.E., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kebutuhan manusia seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini tentunya semakin beragam mulai dari kebutuhan makanan hingga kebutuhan tempat tinggal. Tahun 2020, Usaha Mikro Kecil Menengah Indonesia sudah mengalami peningkatan, terdapat 42% UMKM Indonesia yang sudah menggunakan media digital. Artinya ada perubahan dari transaksi analog menjadi transaksi digital (digitalisasi). Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim yang tentunya berpotensi menjadi produsen dan konsumen makanan halal terbesar di dunia. Perilaku konsumen dalam islam bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan mempertimbangkan halal dan haram, dan bagaimana pola konsumsi tersebut dapat menciptakan *maşlahah* bagi individu dan masyarakat. Semakin baik pemahaman yang dimiliki konsumen muslim mengenai agama membuat konsumen muslim semakin selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi.

Tujuan dalam penelitian ini adalah 1) Untuk menganalisis pengaruh digitalisasi terhadap keputusan pembelian produk UMKM. 2) Untuk menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk UMKM. 3) Untuk menganalisis pengaruh persepsi *maşlahah* terhadap keputusan pembelian produk UMKM. 4) Untuk menganalisis pengaruh digitalisasi, label halal dan persepsi masalah secara simultan terhadap keputusan pembelian produk UMKM.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berjenis asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung angkatan 2018 yang pernah melakukan pembelian produk UMKM. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive random sampling*. Sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) digitalisasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk UMKM. 2) label halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk UMKM. 3) persepsi *maşlahah* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk UMKM. 4) digitalisasi, label halal dan persepsi masalah secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk UMKM dengan total pengaruh sebesar 55,7%.

**Kata kunci:** Digitalisasi, label halal, persepsi masalah, keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

*The research "The Effect of Digitization, Halal Labels and Masalah Perceptions toward the Purchase Decisions of UMKM Product on Students of the Sharia Business Management, Faculty of Islamic Economics and Business Islamic State University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung generation of 2018" written by Isma Nafi'ah, NIM. 12405183002, Sharia Business Management, Faculty of Islamic Economics and Business, Islamic State University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, mentor of Sri Eka Astutiningsih, S.E., M.M.*

*This research is motivated by the existence human needs along with the development of science and technology, of course increasingly diverse ranging from food needs to housing needs. In 2020, Indonesian UMKM's has increased, there are 42% of Indonesian UMKM already using digital media. That means which a change from analog transactions to digital transactions (digitalization), Indonesia as a country with a majority Muslim population which of course has the potential to become the largest producer and consumer of halal food in the world. Consumer behavior in Islam aims to meet the needs of life by considering halal and haram, and how these consumption patterns can create masalah for individuals and society. The better understanding that Muslim consumers have about religion makes Muslim consumers more selective in choosing the products to be consumed.*

*The objective of this research are 1) to analyze the effect of digitization on purchasing decisions for UMKM products 2) To analyze the effect of halal labels on purchasing decisions for UMKM products 3) To analyze the influence of perceptions of masalah on UMKM product purchasing decisions 4) to analyze the effect of digitization, halal labels and the perception of masalah simultaneously on the decision to purchase UMKM products.*

*The method used in this research is a quantitative with approach of the association variety. The population in this research were students of the Islamic Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Islamic State University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung generation of 2018 who had purchased UMKM products. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with purposive random sampling. The data analysis technique was using multiple linear regression analysis techniques.*

*The results indicate that 1) digitization has a significant positive effect on purchasing decisions for UMKM products. 2) the halal label has a significant positive effect on purchasing decisions for UMKM products. 3) the perception of masalah has a significant positive effect on purchasing decisions for UMKM products. 4) digitization, halal labels and perceptions of masalah simultaneous have a significant positive effect on purchasing decisions for UMKM products.*

**Keyword:** *digitization, halal labels, perceptions of masalah, purchasing decisions.*