

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa, dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Keripik Tempe UMKM Eka Jaya Tulungagung” ini ditulis oleh Annisa Zalzatu Rahma, NIM. 126405212075, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan pembimbing Dr. Syafrudin Arif Marah Manuggal, M.SI.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh, UMKM Keripik Tempe “Eka Jaya” menjadi salah satu potensi unggulan diantara beberapa UMKM yang ada di Desa Soko yang pemasaran produknya sudah berhasil sampai ke luar kota seperti Blitar dan Kediri. Kondisi ini tidak lepas dari faktor keputusan pembelian yang tinggi. dengan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, cita rasa, dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk keripik tempe “Eka Jaya” Tulungagung.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, cita rasa, dan labelisasi halal secara simultan terhadap keputusan pembelian produk keripik tempe UMKM “Eka Jaya” Tulungagung. 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk keripik tempe UMKM “Eka Jaya” Tulungagung. 3) Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian produk keripik tempe UMKM “Eka Jaya” Tulungagung. 4) Untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk keripik tempe UMKM “Eka Jaya” Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yaitu jenis penelitian yang menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih yang mengacu pada hubungan kausal. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Non Probability Sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian produk tersebut dengan jumlah sampel tidak diketahui secara pasti. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dengan cara memberi seperangkat pernyataan kepada konsumen untuk dijawab. Hasil data tersebut kemudian dianalisis menggunakan uji-uji dalam SPSS 20.

Hasil penelitian pada uji t dan uji F menunjukkan bahwa: 1) Kualitas produk, cita rasa dan labelisasi halal berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Keripik Tempe UMKM Eka Jaya. 2) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Keripik Tempe UMKM Eka Jaya. 3) Cita rasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Keripik Tempe UMKM Eka Jaya. 4) Labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Keripik Tempe UMKM Eka Jaya

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Cita Rasa, Labelisasi Halal

ABSTRACT

The Thesis with the title "The Influence of Product Quality, Taste, and Halal Labeling on Consumer Purchasing Decisions of UMKM Eka Jaya Tulungagung Tempe Chips Products" was written by Annisa Zalzatu Rahma, NIM. 126405212075, Sharia Business Management Study Program, Business and Management Department, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung with supervisor Dr. Syafrudin Arif Marah Manuggal, M.SI.

This research is motivated by, UMKM Tempe Chips "Eka Jaya" is one of the superior potentials among several UMKM in Soko Village whose product marketing has succeeded in reaching outside the city such as Blitar and Kediri. This condition is inseparable from the high purchasing decision factor. with this phenomenon, researchers are interested in knowing the influence of product quality, taste, and halal labeling on purchasing decisions for UMKM "Eka Jaya" Tulungagung tempe chips products.

The purpose of this study is 1) To determine the effect of product quality, taste, and halal labeling simultaneously on purchasing decisions for "UMKM Eka Jaya" Tulungagung tempe chips. 2) To determine the effect of product quality on purchasing decisions for UMKM "Eka Jaya" Tulungagung tempe chips. 3) To determine the effect of taste on purchasing decisions for UMKM "Eka Jaya" Tulungagung tempe chips. 4) To determine the effect of halal labeling on purchasing decisions. This study uses a quantitative approach with an associative research type, namely a type of research that explains the relationship between two or more variables that refer to a causal relationship. The sampling method used is Non Probability Sampling with an accidental sampling technique. The population in this study were consumers who had purchased UMKM Eka Jaya Tulungagung tempe chips with an unknown number of samples. The data collection technique used was a questionnaire by giving a set of statements to consumers to answer. The data results were then analyzed using tests in SPSS 20.

The results of the t-test and F-test studies showed that: 1) Product quality, taste and halal labeling have a significant effect simultaneously on purchasing decisions for UMKM. Eka Jaya Tempe Chips. 2) Product quality has a significant effect on purchasing decisions for UMKM. Eka Jaya Tempe Chips. 3) Taste has a significant effect on purchasing decisions for UMKM. Eka Jaya Tempe Chips. 4) Halal labeling has a significant effect on purchasing decisions for UMKM. Eka Jaya Tempe Chips

Keywords: *Purchasing Decision, Product Quality, Taste, Halal Labeling*