

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pemahaman Konsumen Tentang Labelisasi Halal Dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Camilan Merek Pantès Di Desa Boro Dusun Buneng Kecamatan Selorejo Kabupaten Blitar”, disusun oleh Karen Katalina, NIM 126402213201, dengan dosen pembimbing Ana M. Maghfiroh, M.Pd.

Kata Kunci: Pemahaman Konsumen, Labelisasi Halal, Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam pemahaman konsumen terhadap labelisasi halal serta dampaknya terhadap keputusan dalam memilih produk camilan merek “PANTES”. Labelisasi halal merupakan pengesahan atas kehalalan suatu produk yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Dalam rangka memperoleh data yang relevan, pendekatan kualitatif digunakan dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan secara rinci pengalaman dan persepsi konsumen terhadap keberadaan labelisasi halal, serta untuk memahami bagaimana konsumen memaknai label tersebut dalam menentukan pilihan produk.

Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas konsumen memiliki pemahaman yang cukup mengenai label halal. Konsumen mampu mendeskripsikan makna label halal dan labelisasi halal, dan pengetahuan tersebut berpengaruh terhadap daya beli mereka terhadap produk halal. Konsumen memberikan respons positif terhadap produk berlabelisasi halal, termasuk camilan “PANTES”. Label halal memberikan rasa aman dan kepercayaan dalam mengonsumsi produk. Labelisasi halal menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan pembelian, selain harga yang terjangkau, rasa yang enak, dan penggunaan bahan alami. Hal ini menjadikan camilan “PANTES” semakin diminati dan memiliki pelanggan yang loyal.

ABSTRACT

This research is entitled “*Consumer Understanding of Halal Labeling and Its Impact on the Sales Increase of PANTES Snack Products in Boro Village, Buneng Hamlet, Selorejo Sub-district, Blitar Regency*”, written by Karen Katalina, Student ID 126402213201, under the supervision of Ana M. Maghfiroh, M.Pd.

Keywords: Consumer Understanding, Halal Labeling, Purchasing Decision

This study aims to examine in depth consumers’ understanding of halal labeling and its impact on purchasing decisions regarding “PANTES” snack products. Halal labeling is the formal acknowledgment of a product's halal status, issued by the *Halal Product Assurance Organizing Agency* (BPJPH) based on a fatwa from the *Indonesian Ulema Council* (MUI).

To obtain relevant data, this study employed a qualitative approach with a descriptive research design. This approach was chosen to describe in detail consumers’ experiences and perceptions of halal labeling and to understand how consumers interpret its presence in their product choices.

The interview results indicate that the majority of consumers have an adequate understanding of the halal label. They are able to describe both the meaning of the halal label and the concept of halal labeling. This knowledge influences their purchasing behavior toward halal products. Consumers responded positively to halal-certified products, including “PANTES” snacks. The halal label provides a sense of safety and trust when consuming products. Halal labeling is considered an important factor in purchasing decisions, alongside affordable prices, good taste, and the use of natural ingredients. These aspects have made “PANTES” snacks increasingly popular and contributed to a loyal customer base.