

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Pengaruh keragaman produk, harga dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian mie instan di Kabupaten Tulungagung" yang ditulis oleh Rayhan Ravi Ashrafiq, Nim. 126402211050, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dibimbing oleh Novi Khoiriawati, S.E., M.Acc.

Kata Kunci: Keragaman Produk, Harga, Labelisasi Halal dan Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kenaikan jumlah konsumsi mie instan yang setiap tahun terus meningkat. Hal ini bisa dilihat dalam data penjualan mie instan pada tahun 2019-2023, selanjutnya tingkat konsumsi mie instan di Indonesia pada tahun 2023, menjadikan Indonesia berada di peringkat kedua dalam konsumsi mie instan terbanyak di dunia setelah China. Mie instan merupakan salah satu produk makanan yang sangat populer di Indonesia, termasuk di Kabupaten Tulungagung. Faktor-faktor seperti keragaman produk, harga, dan labelisasi halal menjadi sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keragaman produk, harga, dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian mie instan di Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini bertujuan: Untuk menguji pengaruh Keragaman Produk, Harga, dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian mie instan di Kabupaten Tulungagung. Untuk menguji pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian mie instan di Kabupaten Tulungagung. Untuk menguji pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian mie instan di Kabupaten Tulungagung. Untuk menguji pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian mie instan di Kabupaten Tulungagung. Pendekatan ini adalah kuantitatif dengan jenis asosiatif. Populasi penelitian ini yaitu konsumen mie instan di Kabupaten Tulungagung, sampling menggunakan non-probability sampling dengan teknik snowball sampling, serta sampel penelitian dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden melalui kuesioner. Pengolahan data dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS versi 26.0

Hasil penelitian ini adalah: keragaman produk, harga dan labelisasi halal secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian mie instan di Kabupaten Tulungagung sebesar 56,4%. Keragaman produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan di Kabupaten Tulungagung secara parsial sebesar 2,803. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan di Kabupaten Tulungagung secara parsial sebesar 2,947. Labelisasi halal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan di Kabupaten Tulungagung secara parsial sebesar 1,559.

ABSTRACT

Thesis titled "The Influence of Product Diversity, Price, and Halal Labeling on Instant Noodle Purchase Decisions in Tulungagung District" written by Rayhan Ravi Ashrafiq, Student ID No. 126402211050, Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervised by Novi Khoirawati, S.E., M.Acc.

Keywords: Product Variety, Price, Halal Labeling, and Purchasing Decision

This research is motivated by the increase in the number of instant noodle consumption which continues to increase every year. This can be seen in the instant noodle sales data in 2019-2023, then the level of instant noodle consumption in Indonesia in 2023, making Indonesia ranked second in the world's largest instant noodle consumption after China. Instant noodles are one of the most popular food products in Indonesia, including in Tulungagung Regency. Factors such as product diversity, price, and halal labeling are very important in influencing consumer purchasing decisions. Therefore, this study aims to analyze the effect of product diversity, price, and halal labeling on instant noodle purchasing decisions in Tulungagung Regency.

The research objectives were: to examine the influence of product variety, price, and halal labeling on instant noodle purchasing decisions, to examine the influence of product variety on instant noodle purchasing decisions, to examine the influence of price on instant noodle purchasing decisions and to examine the influence of halal labeling on instant noodle purchasing decisions. This study employed a quantitative approach with an associative type. The population of this study was instant noodle consumers in Tulungagung Regency, sampling using non-probability sampling with snowball sampling technique, and research samples with a sample size of 100 respondents through questionnaires. Data processing in this study using SPSS version 26.0

The results showed that: Product variety, price, and halal labeling collectively influenced instant noodle purchasing decisions by 56.4%. Product variety had a positive and significant influence on instant noodle purchasing decisions, with a partial effect of 2.803. Price had a positive and significant influence on instant noodle purchasing decisions, with a partial effect of 2.947 and halal labeling had a negative and insignificant influence on instant noodle purchasing decisions, with a partial effect of 1.559.