

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Sertifikasi Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Tulungagung” ini ditulis oleh Isna Rif’atul Laila, NIM 126402212156, dengan pembimbing/promotor Firda Zulfa Fahriani, M.Sy.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Sertifikasi Halal

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh besarnya minat masyarakat, terutama mahasiswa dan anak muda, terhadap Mie Gacoan di Tulungagung yang terkenal dengan menu yang beragam dan kepedasannya. Tulungagung dipilih sebagai lokasi penelitian karena budaya konsumen yang kuat dan persaingan kuliner yang ketat, yang membuat studi strategi pemasaran dan perilaku konsumen menjadi relevan. Pemilihan lokasi ini juga didukung oleh kemudahan akses dan ketersediaan data yang dapat menunjang kelancaran proses penelitian.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk menguji apakah sertifikasi halal, citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Tulungagung; (2) untuk menguji apakah sertifikasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Tulungagung; (3) untuk menguji apakah citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Tulungagung; (4) untuk menguji apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Tulungagung.

Metode pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan jumlah sampel sebanyak 140 responden melalui kuesioner sebagai teknik pengumpulan data, yang kemudian dianalisis dengan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterosketastisitas), analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji T dan uji F), dan analisis koefisien determinasi. menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 26.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) sertifikasi halal, citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Tulungagung; (2) sertifikasi halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Tulungagung; (3) citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Tulungagung; (4) kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Tulungagung.

ABSTRACT

This thesis entitled “The Effect of Halal Certification, Brand Image and Product Quality on Consumer Satisfaction of Tulungagung Gacoan Noodles” was written by Isna Rif'atul Laila, NIM 126402212156, with the supervisor / promoter Firda Zulfa Fahriani, M.Sy.

Keywords: Brand Image, Consumer Satisfaction, Halal Certification, Product Quality

This research is motivated by the great interest of the community, especially students and young people, in Mie Gacoan in Tulungagung which is famous for its diverse menu and spiciness. Tulungagung was chosen as the research location due to its strong consumer culture and intense culinary competition, which makes the study of marketing strategies and consumer behavior relevant. The selection of this location is also supported by the ease of access and availability of data that can support the smooth running of the research process.

The objectives of this study are (1) to test determine whether halal certification, brand image and product quality simultaneously affect customer satisfaction of Tulungagung Gacoan Noodle; (2) to test whether halal certification has a significant effect on customer satisfaction of Tulungagung Gacoan Noodle; (3) to test whether brand image has a significant effect on customer satisfaction of Tulungagung Gacoan Noodle; (4) to test whether product quality has a significant effect on customer satisfaction of Tulungagung Gacoan Noodle.

This research approach method uses a quantitative approach with an associative research type. The data source used is primary data with a sample size of 140 respondents through a questionnaire as a data collection technique, which is then analyzed by validity and reliability tests, classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, hypothesis testing (F test and T test), and coefficient of determination analysis. using the SPSS Statistic 26.0 application.

The results of this study indicate that: (1) halal certification, brand image and product quality simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction of Tulungagung Gacoan Noodles; (2) halal certification has a positive and significant effect on customer satisfaction of Tulungagung Gacoan Noodles; (3) brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction of Tulungagung Gacoan Noodles; (4) product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of Tulungagung Gacoan Noodles.