

Abstrak

Dengan pertumbuhan ekonomi yang baik, jumlah penduduk yang banyak, dan mayoritas penduduk adalah muslim, Indonesia adalah pasar yang mengiurkan untuk pemasaran suatu produk. Sehingga dibanjiri oleh produk dalam maupun luar negeri. Maka dari itu perusahaan di Tulungagung harus bisa besaing terutama produk makanan dan minuman. Perusahaan produk makanan maupun minuman di Tulungagung didorong untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menerapkan strategi pemasaran. Agar dapat menguasai pasar di negeri sendiri dan dipercayai oleh masyarakat. Salah satu dari strategi tersebut adalah dengan mempunyai legalitas usaha dan memiliki labelisasi halal pada suatu produk. Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah legalitas usaha dan labelisasi halal berpengaruh terhadap pembelian produk.

Variable independen dalam penelitian ini adalah legalitas usaha (X_1), labelisasi halal (X_2). Variabel dependen adalah pembelian produk. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 33 responden dari populasi seluruh pelaku usaha mikro kecil menengah. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah secara primer atau langsung dari koesioner. Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah uji t, uji f, dan uji (R^2).

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa legalitas usaha tidak berpengaruh signifikan tetapi berpengaruh positif terhadap pembelian produk, labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian produk usaha mikro kecil menengah. Secara simultan kedua variabel bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pembelian produk. Berdasarkan nilai R Square .kedua variabel independen mampu menjelaskan variabel pembelian produk sebesar 33,7%, sedangkan sisanya sebesar 70,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Pembelian Produk ,Legalitas Usaha, Labelisasi halal

Abstrack

With good economic growth, the number of people a lot, and the majority of the population is Muslim, Tulungagung is a tempting market for the marketing of a product. So inundated by products and abroad. Therefore the Indonesian company must be besaing especially food and drink products. Tulungagung food companies are encouraged to be creative and innovative in implementing marketing strategies. To be able to dominate the market in their own country. One of these strategies is to have the legality of business and halal labeling and of a product. And the purpose of this study was to determine whether the legality of business and labeling of halal affect the purchase decision.

Independent variables in this study are legality of business (X1), labeling Halal (X2). The dependent variable is the consumer's decision to buy instant noodle products. The sample used in this study were 33 respondents from the entire student population of the entire offender micro small medium Tulungagung Regency. Methods of data collection in this study is primarily or directly from the questioner. Test the hypothesis in this study is t-test, f, and test (R2).

The result of this research concludes that legality of business has negative significant but a positive effect towards the purchase of products, labeling of halal have positive and significant effect to purchase of product. Then simultaneously the two independent variables have significant effect to purchase of product. Based on the value of R Square, the two independent variable are able to explain the purchase of product variable 33.7% while the rest of 70.7% is influenced by other variable.

Keywords :purchase of product, legality of business, labeling of halal.