

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pelabelan Halal, Harga, Kualitas dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Kahf di Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung” yang diteliti oleh Tisa Zindy Meilinna NIM. 126402211065, pembimbing Mega Tunjung Hapsari, M.AP.

Kata Kunci : Pelabelan Halal, Harga, Kualitas, Citra Merek, Keputusan Pembelian Konsumen

Sebagai salah satu negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, tak heran masyarakat Indonesia jadi memiliki perhatian tersendiri akan halal atau tidaknya produk yang mereka gunakan sehari-hari. PT. Paragon Technology and Innovation kembali berinovasi dengan meluncurkan produk terbarunya yakni Kahf. Brand personal care dengan terobosan baru yang relevan dengan kebutuhan saat ini menghadirkan rangkaian produk halal, berkualitas dan terinspirasi dari alam untuk merawat kulit dan kebersihan diri.. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menguji pelabelan halal, harga, kualitas dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Kelurahan Bago Tulungagung. (2) Untuk menguji pelabelan halal pada produk Kahf berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Kelurahan Bago Tulungagung. (3) Untuk menguji harga pada produk Kahf berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Kelurahan Bago Tulungagung. (4) Untuk menguji kualitas produk Kahf berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Kelurahan Bago Tulungagung (5) Untuk menguji citra merek produk Kahf berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik dalam pengambilan sampel penelitian menggunakan *nonprobability sampling*. dengan salah satu teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada konsumen. Data kuesioner dianalisis menggunakan SPSS 25 dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil peneltian menunjukkan bahwa (1) Hasil uji pada variabel Pelabelan Halal, Harga, Kualitas, Citra Merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen produk Kahf di Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung. (2) Variabel Pelabelan Halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen produk Kahf di Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung (3) Variabel Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen produk Kahf di Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung. (4) Variabel Kualitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen produk Kahf di Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung. (5) Variabel Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen produk Kahf di Kelurahan Bago Kabupaten Tulungagung.

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Halal Labeling, Price, Quality, and Brand Image on Consumer Purchase Decisions of Kahf Products in Bago Sub-district, Tulungagung Regency" was written by Tisa Zindy Meilinna, NIM 126402211065, under the supervision of Mega Tunjung Hapsari, M.AP.

Keywords: Halal Labeling, Price, Quality, Brand Image, Consumer Purchasing Decision

As one of the countries with the largest Muslim population in the world, it is not surprising that Indonesian society pays special attention to whether the products they use daily are halal. PT Paragon Technology and Innovation continues to innovate by launching a new product line called Kahf. This personal care brand offers a new breakthrough that meets current needs by presenting a series of halal, high-quality products inspired by nature for skin care and personal hygiene.

The objectives of this study are: (1) To examine the effect of halal labeling, price, quality, and brand image on consumer purchasing decisions in Bago Sub-district, Tulungagung. (2) To examine the effect of halal labeling of Kahf products on consumer purchasing decisions in Bago Sub-district, Tulungagung. (3) To examine the effect of price on consumer purchasing decisions of Kahf products in Bago Sub-district, Tulungagung. (4) To examine the effect of product quality on consumer purchasing decisions of Kahf products in Bago Sub-district, Tulungagung. (5) To examine the effect of brand image on consumer purchasing decisions of Kahf products in Tulungagung Regency.

This research uses a quantitative approach with an associative type of research. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling as the specific method. The data used in this study are primary data obtained through questionnaires distributed to consumers. The questionnaire data were analyzed using SPSS 25, employing validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and the coefficient of determination test.

The results of the study show that: (1) The variables of Halal Labeling, Price, Quality, and Brand Image simultaneously have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions of Kahf products in Bago Sub-district, Tulungagung Regency. (2) The Halal Labeling variable has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions. (3) The Price variable has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions. (4) The Quality variable has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions. (5) The Brand Image variable has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions of Kahf products in Bago Sub-district, Tulungagung Regency.