

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Green Packaging*, Persepsi Label Halal, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Tempe Kripik di Pusat Oleh-oleh Khas Trenggalek (Studi Kasus pada Pusat Oleh-oleh Khas Trenggalek Desa Bendorejo)” ini ditulis oleh Rizki Ulifatun Nafi’a, NIM 1860402222149, Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan pembimbing Hima Widyas Asmara, M.Pd.

Kata Kunci: *Green Packaging*, Persepsi Label Halal, *Brand Image*, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peningkatan penjualan dan perkembangan industri tempe kripik yang memicu persaingan dikalangan pelaku usaha untuk terus berinovasi sesuai kebutuhan dan preferensi konsumen. Oleh sebab itu, pemahaman tentang perilaku konsumen diperlukan dalam merancang strategi pemasaran untuk mendorong keputusan pembelian. Strategi tersebut mencakup faktor-faktor seperti penerapan *green packaging*, persepsi label halal, serta penguatan *brand image*.

Tujuan penelitian ini yaitu 1) Untuk menguji secara simultan pengaruh *green packaging*, persepsi label halal, dan *brand image* secara signifikan terhadap keputusan pembelian tempe kripik di pusat oleh-oleh khas Trenggalek Desa Bendorejo, 2) Untuk menguji pengaruh *green packaging* secara signifikan terhadap keputusan pembelian tempe kripik di pusat oleh-oleh khas Trenggalek Desa Bendorejo, 3) Untuk menguji pengaruh persepsi label halal secara signifikan terhadap keputusan pembelian tempe kripik di pusat oleh-oleh khas Trenggalek Desa Bendorejo, 4) Untuk menguji pengaruh *brand image* secara signifikan terhadap keputusan pembelian tempe kripik di pusat oleh-oleh khas Trenggalek Desa Bendorejo.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif, dengan metode pengambilan sampel *nonprobability sampling* melalui *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dari 100 konsumen yang telah melakukan pembelian tempe kripik di pusat oleh-oleh khas Trenggalek Desa Bendorejo melalui penyebaran kuisioner secara *online* maupun *offline* lalu dihitung menggunakan rumus *lemeshow*. Analisis yang digunakan yaitu meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas), uji regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t, uji f), dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Green packaging*, persepsi label halal, dan *brand image* secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tempe kripik di pusat oleh-oleh khas Trenggalek Desa Bendorejo, 2) *Green packaging* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tempe kripik di pusat oleh-oleh khas Trenggalek Desa Bendorejo, 3) Persepsi label halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tempe kripik di pusat oleh-oleh khas Trenggalek Desa Bendorejo, 4) *Brand image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tempe kripik di pusat oleh-oleh khas Trenggalek Desa Bendorejo.

ABSTRACT

The thesis titled "The Influence of Green Packaging, Perception of Halal Labels, and Brand Image on Purchase Decisions of Tempe Chips at the Trenggalek Souvenir Center (Case Study at the Trenggalek Souvenir Center in Bendorejo Village)" was written by Rizki Ulifatun Nafi'a, NIM 1860402222149, Sharia Economics Study Program, Department of Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, with supervisor Hima Widyas Asmara, M.Pd.

Keywords: Green Packaging, Perception of Halal Label, Brand Image, Purchase Decision.

This research is motivated by the trend of increasing sales and the development of the tempeh chip industry, which triggers competition among business actors to continuously innovate according to consumer needs and preferences. Therefore, a deep understanding of consumer behavior is necessary in designing marketing strategies to encourage purchasing decisions. The strategy includes factors such as the implementation of green packaging, the perception of halal labels, and the strengthening of brand image.

The objectives of this research are: 1) To simultaneously test the significant influence of green packaging, halal label perception, and brand image on the purchasing decision of tempe chips at the Trenggalek Village Bendorejo souvenir center, 2) To test the significant influence of green packaging on the purchasing decision of tempe chips at the Trenggalek Village Bendorejo souvenir center, 3) To test the significant influence of halal label perception on the purchasing decision of tempe chips at the Trenggalek Village Bendorejo souvenir center, 4) To test the significant influence of brand image on the purchasing decision of tempe chips at the Trenggalek Village Bendorejo souvenir center.

This research method uses an associative quantitative approach, with a non-probability sampling method thru purposive sampling. The data used is primary data from 100 consumers who have purchased tempeh chips at the typical Trenggalek souvenir center in Bendorejo Village thru the distribution of questionnaires both online and offline, then calculated using the Lemeshow formula. The analysis used includes validity tests, reliability tests, classical assumption tests (normality, multicollinearity, heteroscedasticity), multiple linear regression tests, hypothesis tests (t-test, f-test), and coefficient of determination tests.

The research results show that 1) Green packaging, halal label perception, and brand image simultaneously have a positive and significant effect on the purchasing decision of tempeh chips at the typical Trenggalek souvenir center in Bendorejo Village, 2) Green packaging has a positive and significant effect on the purchasing decision of tempeh chips at the typical Trenggalek souvenir center in Bendorejo Village, 3) Halal label perception has a positive and significant effect on the purchasing decision of tempeh chips at the typical Trenggalek souvenir center in Bendorejo Village, 4) Brand image has a positive and significant effect on the purchasing decision of tempeh chips at the typical Trenggalek souvenir center in Bendorejo Village.