

ABSTRAK

Muhammad Wahid Andriansyah, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Produk Halal (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura). Di bawah bimbingan Dr. Eni Sri Rahayunisngsih, S.E., M.E.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, pendapatan, dan selera konsumen terhadap permintaan produk halal pada Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *nonprobability sampling* dengan jenis *quota sampling* sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap permintaan produk halal dengan nilai t hitung $0,977 < t$ tabel $1,660$ dan nilai signifikansinya $0,331 > 0,05$. Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan produk halal dengan nilai t hitung $2,118 > t$ tabel $1,660$ dan nilai signifikannya $0,037 < 0,05$. Selera konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan produk halal dengan nilai t hitung $3,365 > t$ tabel $1,660$ dan nilai signifikannya $0,001 < 0,05$. Pengaruh harga, pendapatan, dan selera konsumen sebesar 70,7% yang ditunjukkan dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,707 sedangkan sisanya sebesar 29,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Pendapatan, Selera Konsumen, Permintaan Produk Halal

ABSTRACT

Muhammad Wahid Andriansyah, Analysis of Factors Affecting Demand for Halal Products (Case Study of Students of the Faculty of Islam, Trunojoyo University Madura). Under the guidance of Dr. Eni Sri Rahayunisngsih, S.E., M.E.

This study aims to determine the effect of price, income, and consumer tastes on the demand for halal products at the Faculty of Islamic Studies, Trunojoyo University Madura. The method used in this study uses quantitative research. Data collection techniques using questionnaires. Sampling using nonprobability sampling technique with quota sampling type of 100 respondents. The data analysis used in this study is multiple linear regression analysis with the SPSS 23 program. The results showed that price has no effect and is not significant on the demand for halal products with a calculated t value of $0.977 < t \text{ table } 1.660$ and a significance value of $0.331 > 0.05$. Income has a positive and significant effect on the demand for halal products with a t value of $2.118 > t \text{ table } 1.660$ and a significant value of $0.037 < 0.05$. Consumer tastes have a positive and significant effect on the demand for halal products with a t value of $3.365 > t \text{ table } 1.660$ and a significant value of $0.001 < 0.05$. The effect of price, income, and consumer tastes is 70,7% as indicated by the Adjusted R Square value of 0.707 while the remaining 29.3% is influenced by other variables not mentioned in this study.

Keywords: Price, Income, Consumer Taste, Demand for Halal Products