

ABSTRAK

PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PRODUK FASHION MUSLIM DI TOKO ZOYA PAMEKASAN)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal dan harga terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner menggunakan skala interval (1-5) kepada konsumen produk fashion muslim zoya pamekasan. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 85. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik sampel sampel purposive sampling . data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan alat bantu IBM SPSS Statistic 25. Analisis ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji statistik dan menggunakan uji *path analysis*.

Berdasarkan hasil uji t pertama menunjukkan hasil bahwa variabel label halal dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Sedangkan hasil uji t kedua menunjukkan bahwa variabel label halal dan harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel minat beli mampu memediasi label halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk fashion muslim Zoya Pamekasan.

Kata kunci : Label Halal, Harga, Minat Beli, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF HALAL LABELS AND PRICE ON PURCHASE INTENTION AND THEIR IMPACT ON PURCHASING DECISION FOR CAUSE STUDIES OF MUSLIMFASHION PRODUCTS AT ZOYA PAMEKASAN STORE

This study aims to determine the effect of the halal label and price on purchase intention and the impact on purchasing decisions. Questionnaires (1-5 interval scale) was used in data collection process. The questionnaires distributed to consumers of Zoya (muslim fashion products) in Pamekasan. This study used 85 respondents, and used quantitative methods with purposive sampling technique. The data processed with IBM SPSS Statistic 25. The analysis included validity tests, reliability tests, classical assumptions, statistical tests and path analysis.

The results of the first t test showed that the halal label and price variables had a positive and significant effect on buying interest. Meanwhile, the results of the second t test indicated that the halal label and price variables had a positive and insignificant effect on purchasing decisions. Purchase interest variable was able to mediate halal label and price towards purchasing decision of Muslim fashion product, Zoya Pamekasan .

Keywords: Halal Label, Price, Purchase Intention, Purchase Decision