

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk kerupuk UD Nayla Barokah Kraksaan Probolinggo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling* sebanyak 195 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $2,083 > t$ tabel $1,9722$ dan nilai signifikannya $0,039 < 0,05$. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $6,803 > t$ tabel $1,9722$ dan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $7,092 > t$ tabel $1,9722$ dan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$. Pengaruh label halal, kualitas produk, dan harga sebesar 80,6% yang ditunjukkan dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,806 sedangkan sisanya sebesar 19,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Label Halal, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of halal labels, product quality and price on purchasing decisions for UD Nayla Barokah Kraksaan Probolinggo cracker products. The method used in this research uses quantitative research. Data collection techniques use questionnaires. Sampling used a non-probability sampling technique with purposive sampling of 195 respondents. The data analysis used in this research is multiple linear regression analysis with the SPSS 23 program.

The research results show that the halal label has a positive and significant effect on purchasing decisions with a calculated t value of $2.083 > t$ table 1.9722 and a significant value of $0.039 < 0.05$. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with a calculated t value of $6.803 > t$ table 1.9722 and a significant value of $0.000 < 0.05$. Price has a positive and significant effect on purchasing decisions with a calculated t value of $7.092 > t$ table 1.9722 and a significant value of $0.000 < 0.05$. The influence of the halal label, product quality and price is 80.6% as indicated by the Adjusted R Square value of 0.806 while the remaining 19.4% is influenced by other variables not mentioned in this research.

Keywords: *Halal Label, Product Quality, Price, Purchase Decision*