

Syawaliyah Desi Triwahyuni Sari Habsi. NPM 2003311000002. Faktor Penentu Keputusan Pembelian Serbuk Jahe Emprit (*Zingiber Officinale Var Amarum*) (Studi Kasus : UD. Al-Manshurien Bangkalan). Dibawah bimbingan **R. Arief Firmansyah, S.TP., M.Si.** dan **Nurmalisa Lisdayana, S.TP., M.Si.**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor keputusan pembelian produk, dengan menggunakan empat variabel independen yaitu variabel kualitas produk (X1), promosi (X2), label halal (X3) dan harga produk (X4). Sementara untuk variabel dependen yaitu variabel keputusan pembelian produk (Y). Dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 responden. Variabel kualitas produk (X1) secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) serbuk jahe emprit UD. Al-Manshurien sebesar 38,1%. Variabel promosi (X2) secara parsial terdapat pengaruh signifikan yang rendah terhadap keputusan pembelian (Y) serbuk jahe emprit UD. Al-Manshurien sebesar 18,5%. Variabel label halal (X3) secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) serbuk jahe emprit UD. Al-Manshurien sebesar 19,9%. Variabel harga produk (X4) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) serbuk jahe emprit UD. Al-Manshurien sebesar 1,9%. Variabel kualitas produk (X1), promosi (X2), label halal (X3) dan harga produk (X4) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian serbuk jahe emprit UD. Al-Manshurien sebesar 32,242%.

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Label Halal, Harga Produk, Keputusan Pembelian.

Syawaliyah Desi Triwahyuni Sari Habsi. NPM 2003311000002. *Determining Factors of Purchasing Decisions for Emprit Ginger Powder (Zingiber Officinale Var Amarum) (Case Study: UD. Al-Manshurien Bangkalan). Under the Guidance of R. Arief Firmansyah, S.TP., M.Si. and Nurmalisa Lisdayana, S.TP., M.Si.*

ABSTRAC

This study aims to analyze the influence of product purchasing decision factors, using four independent variables, namely product quality variables (X1), promotion (X2), halal label (X3) and product price (X4). While for the dependent variable, namely the product purchasing decision variable (Y). Using the multiple linear regression analysis method. The research method used is a survey by distributing questionnaires to 50 respondents. The product quality variable (X1) partially has a significant influence on the purchasing decision (Y) of UD. Al-Manshurien's ginger powder of 38.1%. The promotion variable (X2) partially has a low significant influence on the purchasing decision (Y) of UD. Al-Manshurien's ginger powder of 18.5%. The halal label variable (X3) partially has a significant influence on the purchasing decision (Y) of UD. Al-Manshurien's ginger powder of 19.9%. The product price variable (X4) partially has no significant influence on the purchasing decision (Y) of UD. Al-Manshurien's ginger powder of 1.9%. The variables of product quality (X1), promotion (X2), halal label (X3) and product price (X4) together or simultaneously have a significant influence on the purchasing decision of UD. Al-Manshurien's emprit ginger powder by 32.242%.

Keywords: *Product Quality, Promotion, Halal Label, Product Price, Purchasing Decision.*