

**PENGARUH LABELISASI HALAL HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN NUGGET FIESTA
PRIMA FRESHMART NGANJUK**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

ANTONI PRADANA
NPM: 19.1.02.02.0116

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2023**

Skripsi oleh :

ANTONI PRADANA

NPM: 19.1.02.02.0116

Judul :

**PENGARUH LABELISASI HALAL HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN NUGGET FIESTA
PRIMA FRESHMART NGANJUK**

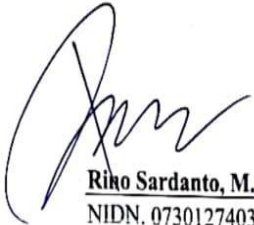
Telah disetujui untuk diajukan kepada
 Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 30 Juni 2023

Pembimbing I


Zulisthani, M.M.
NIDN. 0711118603

Pembimbing II


Rino Sardanto, M.Pd.
NIDN. 0730127403

Skripsi oleh :

ANTONI PRADANA

NPM: 19.1.02.02.0116

Judul :

**PENGARUH LABELISASI HALAL HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN NUGGET FIESTA
PRIMA FRESHMART NGANJUK**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada Tanggal : 30 Juni 2023

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Zulistiani, M.M.
2. Penguji I : Susi Damayanti, S.Pd., M.M.
3. Penguji II : Rino Sardanto, M.Pd.



Mengetahui,
Dekan FEB,



Dr. Subagyo, M.M.
NIDN.0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Antoni Pradana
Jenis Kelamin : Laki Laki
Tempat/tgl. Lahir : Nganjuk/ 06 Desember 1999
NPM : 19.1.02.02.0116
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 30 Juni 2023



Antoni Pradana

NPM : 19.1.02.02.0116

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Inna ma'al-'usri yusrā

Artinya, "Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

(Antoni Pradana)

PERSEMBAHAN

Seluruh keluarga dan sahabat yang selalu menemani dalam hidupku.

Abstrak

Antoni Pradana : Pengaruh Labelisasi Halal Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nugget Fiesta Prima Freshmart Nganjuk, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023

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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti labelisasi halal, harga, dan kualitas produk. Penelitian ini dilakukan di Prima Freshmart Nganjuk dan dilatarbelakangi oleh permasalahan yang terjadi di Prima Freshmart Nganjuk seperti label halal di kemasan produk, tidak semua konsumen tahu tentang produk tersebut halal atau tidak, untuk kualitas produk beberapa konsumen mengeluh tentang produk memiliki tekstur nugget sedikit kasar dan berukuran kecil, dan tentang harganya yang lebih mahal dibandingkan dengan produk-produk sejenis lainnya.

Penedekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik penelitian kausal. Subjek penelitian adalah konsumen yang membeli *Fiesta Chicken Nugget* di Prima Freshmart Nganjuk. Data diperoleh dari konsumen Prima Freshmart Nganjuk. Jumlah sampel sebanyak 40 konsumen. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa angket (kuesioner) dengan skala likert. Pengumpulan data dengan cara observasi, kuesioner, studi pustaka, dan wawancara. Teknik analisa yang dipakai dalam penelitian ini adalah asumsi klasik, regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F), dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan uji hipotesis (uji t) nilai signifikan variabel kualitas pelayanan adalah $0,015 < 0,05$ maka labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian, nilai signifikan variabel harga adalah $0,000 < 0,05$ maka harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, nilai signifikan variabel lokasi adalah $0,025 < 0,05$ maka kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan (uji F) nilai signifikan adalah $0,000 < 0,05$ maka labelisasi halal, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil adjusted R Square bahwa besarnya pengaruh labelisasi halal, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama (simultan) adalah sebesar 67,7%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 32,3% diterangkan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulannya variabel labelisasi halal, harga, dan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa variabel labelisasi halal, harga, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan proposal ini dapat diselesaikan. Penyusunan proposal ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Bapak Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Zulistiani, S.Pd. M.M. selaku Dosen Ketua Penguji yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan Skripsi ini.
5. Ibu Susi Damayanti, S.Pd., M.M. selaku Dosen Penguji I yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan Skripsi ini.

6. Bapak Rino Sardanto, M.Pd. selaku Dosen Penguji II yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan Skripsi ini.
7. Seluruh Bapak Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah membagi ilmunya selama proses perkuliahan.
8. Pihak Prima Freshmart Nganjuk yang sudah memberikan saya izin untuk melakukan penelitian.
9. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan baik dukungan moral atau material bagi penulis.
10. Kepada teman-teman sekelas saya Manajemen 4C Universitas Nusantara PGRI Kediri Maupun teman-teman saya lain.
11. Serta pihak-pihak lain yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan seminar manajemen ini.

Disadari bahwa proposal ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 30 Juni 2023

Antoni Pradana
NPM : 19.1.02.02.0116

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Kegunaan Penelitian	9
BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Teori.....	11
1. Keputusan Pembelian	11
2. Labelisasi.....	14
3. Harga	16
4. Kualitas Produk	19
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Berpikir	23

D. Kerangka Konseptual	25
E. Hipotesis	26
BAB III : METODE PENELITIAN.....	27
A. Variabel Penelitian	27
1. Identifikasi Variabel Penelitian	27
2. Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian.....	30
1. Pendekatan Penelitian.....	30
2. Teknik Penelitian.....	30
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
1. Tempat Penelitian.....	31
2. Waktu Penelitian	31
D. Populasi dan Sampel	31
1. Populasi	31
2. Sampel	32
E. Instrumen Penelitian	33
1. Pengembangan Instrumen	34
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	34
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
1. Sumber Data	36
2. Teknik Pengumpulan Data	37
G. Teknik Analisis Data	38
1. Teknik Analisis Deskriptif	38
2. Uji Asumsi Klasik	38

3. Analisis Regresi Linear Berganda	40
4. Koefisien Determinasi	40
5. Uji Hipotesis	41
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Penelitian	44
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
2. Gambaran Umum Subjek Penelitian	48
B. Deskripsi Data Variabel.....	49
C. Hasil dan Interpretasi	56
1. Pengujian Asumsi Klasik	56
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
3. Pengujian Hipotesis	60
4. Koefisien Determinasi	63
D. Pembahasan	64
BAB V : KESIMPULAN, DAN SARAN.....	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2. 1 Penelitian Terdahulu	22
3. 1 Nilai Skala Responden	33
3. 2 Kisi-kisi Kuesioner	34
3. 3 Hasil Uji Validitas.....	35
3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	36
4.1 Jenis Kelamin Responden	48
4.2 Tingkat Usia Responden	48
4.3 Tingkat Pekerjaan Responden.....	49
4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	50
4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Labelisasi Halal	52
4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Harga.....	53
4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk	55
4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	59
4.11 Hasil Uji t (parsial).....	60
4.12 Hasil Uji F (Simultan).....	62
4.13 Koefisien Determinasi.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2. 1 Kerangka Konseptual	25
4.1 Struktur Organisasi Prima Fresh Mart Nganjuk.....	46
4.3 Uji Normalitas Grafik normal probability plot	56
4.3 Grafik Scaterplots.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 : Kuesioner Penelitian	73
2 : Tabulasi Data	76
3 : Hasil SPSS	80
4 : Gambar Pendukung Observasi & Wawancara.....	95
5 : Lembar Pengajuan Judul.....	96
6 : Lembar Surat Izin Penelitian.....	97
7 : Lembar Surat Balasan Penelitian	98
8 : Lembar Berita Acara.....	99

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era modern ini banyak konsumen yang semakin selektif dalam berperilaku untuk mengkonsumsi dan memilih suatu produk yang diinginkan dan dibutuhkannya. Menurut Indrasari (2019) gaya hidup masyarakat perkotaan dengan tingkat kesibukan yang tinggi cenderung memilih kebutuhan sehari-hari yang serba praktis. Hal ini termasuk dalam mengonsumsi makanan, seperti makanan mudah didapatkan, penyajian makanan yang praktis, maupun waktu penyajian makanan dengan cepat. Makanan cepat saji yang paling banyak diminati masyarakat adalah *frozen food*, salah satunya jenis *Chicken Nugget*.

Fiesta Chicken Nugget merupakan makanan instan berupa *nugget* yang terbuat dari daging ayam pilihan yang dikemas secara higienis, sehat dan praktis. *Nugget* ayam dengan bentuk yang lucu ini dapat diolah sebagai menu masakan atau dicampur dengan bahan lainnya untuk disajikan kepada keluarga anda. Masyarakat Indonesia sudah terbiasa memakan makanan dengan lauk pauk yang digoreng, tidak heran di Indonesia kebutuhan *Nugget* ayam semakin meningkat. Hal ini menggambarkan betapa banyaknya kebutuhan *Nugget* ayam di Indonesia. Produsen *Nugget* di Indonesia sangat banyak mulai dari *Fiesta, Kenzeler, Champ, Belfood, So Good, So Nice*. Oleh sebab itu, perusahaan atau pengusaha harus semakin cerdas, berusaha lebih keras serta

lebih inovasi dan kreatif dalam menciptakan produk dan mengembangkan produk kemasan yang berbeda sesuai dengan selera konsumen agar produknya disukai, dipercaya konsumen dan mampu meningkatkan nilai jual dalam pasar.

Kebutuhan setiap konsumen berbeda, dengan adanya keputusan pembelian maka produk tersebut sesuai dengan kebutuhannya. Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Menurut Kotler & Keller, (2019) keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu individu, kelompok dan organisasi untuk memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan semakin banyaknya pilihan produk yang dijual di pasar, maka semakin bebas pula konsumen dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Menurut Sunyoto (2018) pembelian produk sangat dibutuhkan oleh produsen makanan, minuman maupun barang kebutuhan lainnya. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut. Sehingga keputusan pembelian pada produk dapat diciptakan dengan cara memberikan produk yang sesuai kebutuhan konsumen dan pasar.

Faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian, salah satunya adalah dengan memberikan labelisasi halal pada sebuah produk. Di kutip dari Akhiyar (2019) berdasarkan Peraturan Pemerintah nomor 69 Tahun 1999

Pasal 3 tentang Label Halal yang berbunyi label halal adalah setiap keterangan mengenai produk yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang ditempelkan pada bagian kemasan produk. Dengan adanya labelisasi halal yang tercantum pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen khususnya masyarakat muslim untuk menggunakan produk tersebut. Munculnya rasa aman dalam mengonsumsi produk tersebut akan meningkatkan kepercayaan serta keputusan pembelian. Maka, perusahaan harus memperhatikan pentingnya labelisasi halal pada produk, dikarenakan konsumen di Indonesia mayoritas beragama muslim jika membeli suatu produk pastinya akan berfokus pada label halal produk tersebut.

Selain labelisasi, faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian suatu produk yaitu faktor harga, karena pada dasarnya pembeli selalu membandingkan harga dari toko satu dengan toko lainnya. Harga (*price*) merupakan jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler & Keller, 2019). Perusahaan memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas yang tinggi produk yang kita hasilkan akan semakin dipercaya oleh masyarakat, dengan begitu masyarakat akan setia pada produk yang kita berikan. Berkaitan dengan teori Sumarwan et al., (2018) perilaku konsumen dimana perilaku konsumen merupakan pembahasan mengenai perilaku individu dalam mengambil sebuah keputusan untuk mendapatkan produk untuk kebutuhan, seperti barang maupun jasa konsumsi. Maka, perusahaan

akan memberikan harga pada produknya sesuai dengan kualitas produk yang diberikan pada konsumen.

Faktor kualitas produk juga harus diperhatikan perusahaan, dikarenakan konsumen sebelum membeli suatu produk akan memperhatikan kualitas produk tersebut. Menurut Kotler & Keller, (2019) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Kualitas produk adalah ciri atau identitas pada setiap produk yang diberikan oleh perusahaan agar konsumen dapat mengenali produk tersebut (Gulliando & Shihab, 2019). Dengan memberikan kualitas produk yang baik mulai dari bahan bahan yang terbaik, dan pengemasan yang baik membuat produk menjadi lebih berkualitas, dengan begitu masyarakat mempunyai alternatif pilihan produk yang diinginkan, dan membuat keputusan untuk membeli produk. Maka kualitas produk yang baik akan memberikan peluang yang besar dalam proses pembelian oleh konsumen.

Barang-barang atau produk kebutuhan dengan kualitas yang baik bisa dijumpai di swalayan atau supermarket yang bisa kita temui di berbagai tempat dan daerah di Indonesia. Salah satu supermarket yang ada di Indonesia yaitu Prima Freshmart Nganjuk. Supermarket Prima Freshmart menyediakan produk daging ayam & bebek, telur, makanan beku, sembako dan bumbu dapur untuk melengkapi kebutuhan dapur. Makanan beku atau *Frozen Food* memiliki berbagai jenis yaitu nugget, sosis, udang beku, kentang goreng, kulit

pizza & kebab. Kualitas dan kesegaran produk yang selalu terjaga menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan toko *Frozen Food* ini. Berikut ini adalah data penjualan Chicken Nugget dari berbagai merek di Prima Freshmart Nganjuk periode tahun 2020-2022

Tabel 1. 1
Data Penjualan Chicken Nugget Berbagai Merek Prima Freshmart
Nganjuk periode tahun 2020-2022

Merek	2020	2021	2022
Champ Nugget	870	888	915
Nugget Funy Oye	753	760	779
So Nice Sedap Nugget	812	850	861
Belfood Nugget Enak	727	786	793
Fiesta Chicken Nugget	700	674	600
So Good Chicken Nugget	769	800	832

Sumber : Prima Freshmart, 2023

Berdasarkan tabel 1.1, menunjukkan bahwa *Fiesta Chicken Nugget* mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Dari tahun 2020 terjual 700 bungkus, di tahun 2021 mengalami jumlah penurunan penjualan yaitu 674 bungkus, dan di tahun 2022 terjadi penurunan lagi terjual hanya 600 bungkus. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian terhadap *Fiesta Chicken Nugget* mengalami penurunan.

Melihat fenomena tersebut, hasil observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa penurunan jumlah penjualan *Fiesta Chicken Nugget* dapat disebabkan oleh label halal di kemasan produk, tidak semua konsumen tahu tentang produk tersebut halal atau tidak, untuk kualitas produk beberapa konsumen mengeluh tentang produk memiliki tekstur nugget sedikit kasar dan berukuran kecil, dan tentang harganya yang lebih mahal dibandingkan dengan produk-produk sejenis lainnya. Permasalahan yang dialami konsumen sering kali membuat perusahaan harus mencari solusi yang terbaik, dengan

mempertimbangkan labelisasi halal, harga, dan kualitas produk diharapkan konsumen dapat memilih produk yang sesuai dengan yang diharapkan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akhiyar, (2019), Lisdiani & Annisa, (2022), dan Lestari, (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor labelisasi halal, harga, dan kualitas produk, tetapi penelitian yang dilakukan oleh Wirawan & Khasanah, (2019) dan Hidayah, (2019) faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dikemukakan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh pemberian labelisasi halal yang jelas pada produk, memiliki harga yang sesuai dengan kualitas produk, dan kualitas produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Penelitian lainnya keputusan pembelian konsumen juga dapat dipengaruhi oleh promosi yang diberikan, dan citra yang baik pada produk dikalangan masyarakat. Alasan peneliti melakukan penelitian ini adalah terdapat kelemahan dalam penelitian sebelumnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Sehingga peneliti meneruskan dan mengembangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dari latar belakang dan alasan tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul **“Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nugget Fiesta Prima Freshmart Nganjuk ”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut.

1. Beberapa konsumen kurang tahu atau belum tahu tentang produk makanan beku ini halal atau tidak karena mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim.
2. Harga yang ditawarkan lebih mahal dibandingkan produk sejenis, akibatnya konsumen enggan membeli produk tersebut.
3. Dengan kualitas produk yang sama dengan pesaingnya, tetapi beberapa produk yang dijual memiliki tekstur yang kasar dan ukuran kecil.

C. Pembatasan Masalah

Ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah labelisasi halal, harga, dan kualitas produk. Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah dengan memberikan penegasan terhadap variabel, labelisasi halal, harga dan kualitas produk.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut.

1. Apakah labelisasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Nugget Fiesta Prima Freshmart Nganjuk secara parsial?

2. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Nugget Fiesta Prima Freshmart Nganjuk secara parsial?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Nugget Fiesta Prima Freshmart Nganjuk secara parsial?
4. Apakah labelisasi halal, harga, dan kualitas produk, berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Nugget Fiesta Prima Freshmart Nganjuk secara simultan?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk Nugget Fiesta Prima Freshmart Nganjuk secara parsial.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian produk Nugget Fiesta Prima Freshmart Nganjuk secara parsial.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Nugget Fiesta Prima Freshmart Nganjuk secara parsial.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan labelisasi halal, harga, dan kualitas produk, terhadap keputusan pembelian produk Nugget Fiesta Prima Freshmart Nganjuk secara simultan.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan di samping memberikan kontribusi pemikiran dalam bidang pemasaran berdasarkan teori yang diperoleh selama masa perkuliahan.

b. Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian, khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia, UNP Kediri.

c. Bagi Pembaca

- a. Sebagai acuan dan tambahan referensi sehingga dapat menambah wawasan serta dapat di pergunakan untuk pengembangan ilmu bagi peneliti dimasa yang akan datang.
- b. Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan pengetahuan dan memperluas ilmu bagi pembaca.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap dengan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan-perusahaan yang membangun keputusan pembelian untuk meningkatkan pendapatan perusahaan dan perusahaan berharap penelitian ini bisa menjadi pedoman para peneliti yang meneliti perusahaan ini.

b. Bagi Peneliti

Diharapkan, sebagai sarana untuk menerapkan serta membandingkan antara ilmu yang diperoleh dari bangku perkuliahan dengan keadaan yang sebenarnya pada obyek penelitian sehingga dapat mengetahui penerapan teori dalam perusahaan. Selain itu, diharapkan penelitian ini kelak dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang mengambil topik berkaitan dengan lebelisasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhiyar. (2019). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Daging (Nugget) Merek So Good Pada Konsumen Muslim Supermarket Hypermart Sun Plaza Medan. Jurnal Ekonomi. di Medan*
- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan 5*. Bandung: CV Alfabeta. In *Bandung: CV Alfabeta*.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. In *Jakarta : Erlangga*
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25. Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun, 6(2)*.
- Gulliando, D., & Shihab, M. S. (2019). *The Effect of Product Quality, Price and Promotion on the Purchase Decision of Telkomsel Service Products. International Journal of Innovative Science and Research Technology, 4(9)*.
- Hidayah. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian So Good Chicken Nugget (Studi pada Konsumen Asri Frozen Food Gunung Pati, Kota Semarang)*. 2019. *Jurnal Ekonomi. di Semarang*
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In Repository.Unitomo.Ac.Id*.
- Kotler dan Keller. (2019). *Marketing Manajemen (14 ed.)*. di *Jakarta : Erlangga*
- Lestari, L. A. (2021). *Pengaruh Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Membeli Frozen Food (Studi Pada Fafana Frozen Kota Bengkulu)*. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/7481>
- Lisdiani, N. L. I., & Annisa, A. A. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fiesta Chicken Nugget dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Invest Journal of Sharia & Economic Law, 2(1)*. <https://doi.org/10.21154/invest.v2i1.3830>
- Sunyoto, A. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. In *Jakarta: Badan Penerbit IPWI*.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Di *Bandung: Alfabeta*.
- Sumarwan, U., Hartoyo, Kirbrandoko, & Najib, M. (2018). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. In *PT Penerbit IPB Press*.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Di *Bandung: Alfabeta*.
- Wirawan, E. M., & Khasanah, I. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Chicken Nugget Fiesta di Kota Semarang)*.

Diponegoro Journal of Management, 5(4).