



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**PENGARUH LABELISASI HALAL, DESAIN KEMASAN, DAN VARIASI
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
KANZLER CHICKEN NUGGET DI HAPPY FROZEN & FRESH 2**

Oleh:

Dheriska Ima Rossynanda (2012010107)

Dian Kusumaningtyas, M.M. (0703108302)

Sigit Wisnu Setya Bhirawa, M.M. (0720108202)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Pengaruh Labelisasi Halal, Desain Kemasan, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Kanzler Chicken Nugget* di Happy Frozen & Fresh 2 Kediri
2. Ketua
- a. Nama Lengkap : Dheriska Ima Rossynanda
 - b. NPM : 2012010107
 - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
 - d. Alamat Rumah : Desa Tanjungkalang RT02/RW02, Kec. Ngronggot Kab. Nganjuk
 - e. Telp./HP : 085707739920
 - f. Email : dheriskaima5@gmail.com
3. Jangka waktu PKM : 3 bulan
4. Pembiayaan :
- a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
 - b. Dari sumber lain : Rp 15.000.000
 - Jumlah Seluruhnya : Rp 15.000.000

Mengetahui,
Kaprosdi Manajemen



Restin Meilina, M.M.
NIDN. 0721058605

Kediri, 15 Juli 2024
Ketua,



Dheriska Ima Rossynanda
NPM. 2012010107

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN/0715078102

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, karunia, serta hidayahnya-Nya sehingga penyusunan laporan penelitian ini dapat diselesaikan.

Laporan penelitian dengan judul “**Pengaruh Labelisasi Halal, Desain Produk, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Kanzler Chicken Nugget di Happy Frozen & Fresh 2 Kediri***” ini di tulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dalam pengerjaan serta penyusunan laporan penelitian ini, penulis memahami bahwa penyusunan laporan penelitian ini terwujud bukan hanya upaya pribadi penulis, melainkan berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu pada Kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Dr. Zainal Afandi, M.Si., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dian Kusumaningtyas, M.M. Selaku Dosen Pembimbing 1 dan Sigit Wisnu Setya Bhirawa, M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, masukan dalam penyusunan lapotan penelitian ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah membagi ilmunya selama proses perkuliahan.
6. Pihak Happy Frozen & Fresh 2 Kediri yang sudah memberikan saya izin untuk melakukan penelitian.
7. Kedua Orang tua penulis yang senantiasa memberikan do’a dan dukungan baik dukungan moral maupun material bagi penulis.

8. Kepada teman – teman sekelas manajemen 4B Universitas Nusantara PGRI Kediri maupun teman saya lainnya.
9. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam menyelesaikan Laporan Penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam Laporan Penelitian ini masih mempunyai kekurangan dan keterbatasan. Kritik, saran, dan masukan yang membangun sangat dibutuhkan demi penyempurnaan skripsi ini.

Akhirnya disertai harapan semoga skripsi ini bermanfaat, menambah ilmu dan menjadi sebuah karya yang bermanfaat.

Kediri, 15 Juli 2024



Dheriska Ima Rossynanda

NPM : 2012010107

RINGKASAN

Dheriska Ima Rossynanda : Pengaruh Labelisasi Halal, Desain kemasan dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Kanzler Chicken Nugget* Di Happy Frozen & Fresh 2 Kediri

Kata Kunci : Labelisasi Halal, Desain Kemasan, Variasi Produk, Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal, desain kemasan, dan variasi produk secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian konsumen *Kanzler Chicken Nugget* di happy frozen & fresh 2 kediri.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik penelitian kausal. Data diperoleh dari konsumen *Kanzler Chicken Nugget* di Happy frozen & fresh 2 kediri. Total sampel sebanyak 40 responden yang pernah melakukan pembelian dan pengumpulan data melalui observasi, kuisisioner, wawancara dan studi literatur. Metode analisis yang digunakan adalah asumsi klasik, regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F), dan koefisien determinan dengan alat bantu SPSS v23.

Hasil penelitian ini adalah adanya labelisasi halal, desain kemasan, dan variasi produk berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian konsumen *Kanzler Chicken Nugget* di happy frozen & fresh 2 kediri. keterbatasan dalam penelitian ini adalah sulitnya pengambilan data pada konsumen.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
RINGKASAN	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. TUJUAN PENELITIAN	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Keputusan Pembelian	9
2. Labelisasi	10
3. Desain Kemasan	11
4. Variasi Produk	11
BAB III METODE PENELITIAN	13
A. Deskripsi Metode Penelitian	13
B. Proses pengumpulan data	14
C. Sasaran Penelitian	14
D. Instrumen Penelitian.....	15
1. Pengembangan Instrumen.....	15
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	16
E. Prosedur Analisis Data.....	19
1. Uji Asumsi Klasik	19
2. Analisis Regresi Linear Berganda	21
3. Koefisien Determinan.....	22
4. Uji Hipotesis	22

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
A. Hasil Penelitian.....	25
1. Pengujian Asumsi Klasik.....	25
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	27
3. Koefisien Determinasi Adjusted (R^2)	29
4. Pengujian Hipotesis	29
B. PEMBAHASAN.....	31
1. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian	31
2. Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian	32
3. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
4. Pengaruh Labelisasi Halal, Desain Kemasan, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	34
A. Kesimpulan.....	34
B. Saran	34
DAFTAR PUSTAKA	36

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nilai Skala Responden	15
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	17
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	18
Tabel 4.1 Hasil Uji Multikolineritas	26
Tabel 4.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	27
Tabel 4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi Adjusted (R^2).....	29
Tabel 4.4 Hasil Uji t	29
Tabel 4.5 Hasil Uji F.....	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas <i>Probability Plot</i>	25
Gambar 4.2. Hasil Uji Heterokedastisitas	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	42
1. Surat Ijin Penelitian.....	43
2. Surat Balasan Penelitian.....	44
3. Instrumen Penelitian.....	48
4. Tabulasi Data	50
5. Dokumentasi	54
6. Artikel yang di publikasi.....	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Saat ini, seiring perubahan gaya hidup masyarakat menjadi semakin selektif dalam memilih mengkonsumsi makanan dan memperhatikan produk yang di inginkan untuk dibeli. Makanan siap saji atau produk kemasan sangat populer di kalangan milenial, begitu pula dengan kesadaran halal dalam mengonsumsi makanan halal. Sebelum mengonsumsi kaum milenial, memperhatikan terlebih dahulu kemasan, bahan baku atau bahan, kebersihan dan keamanannya, serta cari informasi apakah produk tersebut memiliki tanda label halal atau tidak (Wahyuni et al., 2022). Makanan beku telah berkembang pesat diindonesia dan salah satu produk yang paling digemari adalah nugget ayam. Nugget ayam saat ini banyak diminati masyarakat dan banyak dijual diberbagai tempat dan sangat mudah untuk mendapatkannya.

Kanzler Chicken Nugget merupakan suatu makanan siap saji yang terbuat dari olahan daging ayam dengan *bubble crumb* yang extra crispy mempunyai rasa yang khas dan biasanya berwarna keemasan, Makanan cepat saji ini sangat mudah ditemukan melalui teknologi digital, terutama melalui jejaring sosial karena banyak orang yang membagikan review makanan lalu orang menjadi tergiur dan ingin mencoba. Kanzler menggunakan *bread crumb* dan *bubble crumb* untuk melapisi nugget sehingga memiliki sensasi ketika dimakan garing dan renyah. Indonesia memiliki banyak

produsen nugget dengan berbagai inovasi bahan dasar dan potensi usaha yang menjanjikan. Oleh karena itu perusahaan atau pengusaha harus lebih cerdas, bekerja lebih keras dan harus lebih inovatif serta semakin kreatif dalam menciptakan produk dan mengembangkan produk kemasan yang berbeda-beda sesuai selera konsumen, agar produknya mendapat penilaian yang tinggi, dipercaya konsumen dan mempunyai kemampuan untuk berkembang. Perusahaan harus selalu memperhatikan beberapa hal seperti labelisasi halal, desain kemasan, dan variasi produk agar dapat membantudalam meningkatkan minat beli konsumen.

Persaingan di lingkungan menjadi semakin ketat, produsen makanan beku harus mewaspadaikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan perilaku konsumen yang menentukan keputusan pembelian apakah akan membeli suatu produk atau tidak didasarkan pada niat adanya pembeliannya. Menurut Kotler dan Keller, (2020), Keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen, yaitu bagaimana individu, kelompok, dan organisasi harus memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman yang memuaskan kebutuhan dan keinginan dari pemilihan produk yang semakin berkembang yang dijual kepasar, maka konsumen semakin leluasa memilih produk yang sesuai dengan harapannya.

Sunyoto (2018) dalam Studi et al., (2023) produsen makanan, minuman dan barang konsumsi lainnya sangat perlu membeli produk. 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 dilakukan dengan cara menawarkan produk yang memenuhi kebutuhan konsumen dan pasar. Dalam keputusan pembelian beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen diantaranya dengan memberikan labelisasi halal pada sebuah produk (Studi et al., 2023), Selain itu faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian Desain kemasan (Diah & Supriono, 2017), dan selain itu juga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu Variasi Produk (Mu'ayanah, 2023).

Negara Indonesia mayoritas penduduknya beragama Islam memberikan perlindungan kepada umat islam mengenai produk makanan yang dikonsumsi, karena ada beberapa makanan umat islam yang tidak boleh atau haram. Konsumen muslim memerlukan informasi bahwa produk tersebut halal untuk dikonsumsi dan sesuai dengan syariat islam. Label halal merupakan suatu komunikasi dari produsen kepada konsumen mengenai kandungan bahan dalam produk tersebut (Edi Wibowo & Diah Madusari, 2018). Sertifikat halal merupakan jaminan bagi pedagang mengenai mutu "halal" produknya, yang terbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa halal tertulis atau penetapan kehalalan produk oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), MUI Provinsi, MUI Kabupaten atau Kota, Majelis permusyawaratan ulama aceh, atau komite fatwa produk halal.

Memiliki BPJPH-MUI dapat membantu masyarakat dengan mudah memeriksa status kehalalan suatu produk. Dengan terdaftarnya kualifikasi halal suatu produk dibawah kendali BPJPH-MUI maka produk tersebut terjamin halalnya untuk dikonsumsi umat Islam, dan hambatan yang membatasi penggunaan produk tersebut bagi konsumen muslim adalah dihapus. Dikutip dari (Triasih et al., 2017) berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999, Pasal 3 tentang Label Halal, yang secara jelas menyatakan bahwa Label Halal adalah segala keterangan tentang suatu produk yang berupa gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang dilampirkan ke kemasan produk. label halal tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Tri Septin Muji Rahayu, 2023). Selain itu Label halal berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian (Maftukhah, 2023). Dengan adanya label halal ini konsumen muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi. Maka, pilihan untuk para umat muslim yang taat pilihan produk makanan yang mereka pilih adalah makanan halal yang diwakili oleh labelisasi halal pada produk.

Selain labelisasi halal, faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian pada suatu produk yaitu desain kemasan. Karena konsumen sering tertarik untuk membeli suatu produk dilihat dari desainnya yang menarik atau bentuk kemasan suatu produk sehingga kemasan menjadi sangat efektif dalam mendorong ketertarikan minat beli konsumen. Kemasan merupakan hal

pertama kali dilihat oleh konsumen ketika akan membeli suatu produk dan menjadi salah satu bahan pertimbangan (Widyaningrum & Musadad, 2021).

Menurut (Mufreni, 2016) Desain kemasan tidak terlepas dari estetika, estetika timbul dari warna, informasi dan fakta mengenai produk, hal ini untuk merebut hati konsumen dalam memilih suatu produk. Desain adalah seperangkat karakteristik yang mempengaruhi bentuk dan fungsi suatu produk tertentu berdasarkan apa yang ditentukan pelanggan Menurut Kotler dalam (Pasaribu, 2018). Kemasan sendiri kini telah berkembang dengan sejumlah alternatif pilihan bahan antara lain plastik, aluminium foil dan kertas daur ulang, masing-masing bahan tersebut mempunyai fungsi dan perannya masing-masing tergantung dari jenis produk yang dilindunginya. Desain Kemasan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Herawati & Muslikah, 2020). Selain itu, Desain kemasan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk (Indriani & Purwono, 2023). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa desain kemasan dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.

Keberagaman produk merupakan salah satu strategi bersaing yang efektif bagi pengusaha (Mudita, 2023). Variasi produk bukanlah hal baru dalam dunia penjualan, dimana strategi ini banyak digunakan oleh pengusaha untuk pemasaran dalam peluncuran produknya (Kalsum & Usuli, 2022).

Variasi produk adalah evolusi suatu produk untuk menciptakan banyak pilihan berbeda. Beraneka ragam produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan oleh penjual tertentu kepada pembeli menurut Kotler dalam (Indrasari, 2019). variasi produk memiliki pengaruh yang tidak signifikan dan negatif terhadap variabel keputusan pembelian (Perdana, 2022). Selain itu, variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, (Khuswatun & Yulianti, 2022). Semakin beragam jumlah dan jenis produk maka konsumen akan semakin puas sehingga keinginannya untuk membeli produk tersebut juga semakin kuat. Hal ini karena konsumen preferensi yang semakin beragam dan pengetahuan mereka tentang produk makanan yang mereka konsumsi seperti produk, desain kemasan dan variasi produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Kebutuhan setiap konsumen berbeda-beda, dengan keputusan pembelian diambil berdasarkan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen.

Barang kebutuhan atau produk yang berkualitas bisa didapatkan di supermarket atau pasar swalayan yang tersebar di berbagai tempat dan wilayah di Indonesia. Salah satu supermarket yang ada di Indonesia adalah Happy Frozen & Fresh 2 Kediri. Happy Frozen & Fresh 2 Kediri menawarkan berbagai macam makanan beku, daging, dan bumbu masakan untuk memenuhi kebutuhan dapur. Makanan beku tersedia dalam berbagai jenis seperti roti, nugget, sosis, keripik, kulit pizza, dan kebab. Menjaga kualitas dan kesegaran produk menjadi faktor penting penentu keberhasilan toko makanan beku ini.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Alifaldo, 2022)) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor Labelisasi halal, desain kemasan, dan Variasi Produk, tetapi penelitian yang dilakukan (Gunawan, 2021), dan (Marissa et al., 2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh labelisasi halal dan Desain kemasan. Berdasarkan beberapa temuan peneliti sebelumnya, ditegaskan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh label halal yang jelas, desain kemasan yang menarik, dan variasi produk. Pada penelitian lain, keputusan pembelian konsumen juga dapat dipengaruhi oleh iklan yang ditawarkan dan selera yang berhubungan dengan konsumen. Alasan peneliti melakukan penelitian ini karena terdapat kelemahan pada penelitian sebelumnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, peneliti terus melanjutkan dan mengembangkan penelitian tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan latar belakang dan alasan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Labelisasi Halal, Desain Kemasan, dan Variasi Produk Terhadap Konsumen *Kanzler Chicken Nugget* di Happy Frozen & Fresh 2 Kediri”**

B. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Pengaruh Labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen *Kanzler Chicken Nugget* di Happy Frozen Kediri.
2. Pengaruh Desain Kemasan terhadap keputusan pembelian Konsumen *Kanzler Chicken Nugget* di Happy Frozen Kediri.
3. Pengaruh Varian produk terhadap keputusan pembelian konsumen *Kanzler Chicken Nugget* di Happy Frozen Kediri.
4. Pengaruh Labelisasi Halal, Desain kemasan dan Variasi Produk secara simultan terhadap keputusan konsumen *Kanzler Chicken Nugget* di Happy Frozen Kediri.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifaldo, J. (2022). *Pengaruh Labelisasi Halal, Desain Kemasan, Cita Rasa, dan Variasi produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang (Studi pada Mahasiswa di Perguruan Tinggi Purwokerto)*. <https://repository.ump.ac.id:80/id/eprint/13194>
- Andik Prakasa Hadi, Suryani Suryani, & Mars Caroline Wibowo. (2021). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan Umkn Sakukata.Co Salatiga. *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1), 95–108. <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.461>
- Aprileny, I., Arifiani, P. N., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Variasi Menu, Store Atmosphere Dan Citra Restoran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen: Restoran Bijin Nabe By Tsukada Nojo Plaza Senayan, Jakarta). *Ikraith-Ekonomika*, 5(3), 108–116. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2446>
- Baharsyah, S., & Nurhasan, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Ums. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 2(1), 14–30. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v2i1.5767>
- Basar, K., Zulher, Z., & Azhari, A. (2021). the Influence of Prices, Products and Distribution on Rubber Vinnegar Purchase Decisions At Ud. Bulan Bintang Ranah Air Tiris Village. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 3(1), 137–148. <https://doi.org/10.55768/jrmi.v3i1.74>
- Dan, S., Quality, S., Terhadap, P., Konsumen, K., Yang, M., Study, W., Kfc, O. N., Mega, W., & Manado, S. (2017). *Issn 2303-1174*. 5(2), 2322–2331.
- Diah, A., & Supriono, K. (2017). Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi*

Bisnis (JAB), 49(02), 103–113.

Edi Wibowo, D., & Diah Madusari, B. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1), 73. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3400>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan, I. (2021). *Pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk mie samyang (studi kasus mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan)*. <http://etd.uinsyahada.ac.id/id/eprint/7059>

Herawati, H., & Muslikah, M. (2020). Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung. *Kinerja*, 2(01), 17–35. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v2i02.794>

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan : pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.

Indriani, D., & Purwono, P. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Packaging Design, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Pada Siswa/Siswi Di ...*. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/6101/1/SKRIPSI DELIA INDRIANI REVISI SETELAH MUNAQOSAH.pdf>

Jackson R.S. Weenas. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jackson R.S. Weenas - KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/2303-1174>

Jamsa Sumbalatu, W. B. P. & A. M. P. (2023). PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP LABEL HALAL PADA RESTORAN (Studi Kasus Di Restoran Simpang Raya Dan Restoran Dapur Siliwangi, Kecamatan Beji

Kota Depok Jawa Barat). *Jurnal Pena Islam*, 3(1), 25–34.

Joel, D., Kairupan, I., & Raharusun, N. A. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Korean Skincare pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta*. 5(1), 93–105.

Kadir, A., Jayen, F., Amrulloh, R., & Ningsih, T. W. (2023). Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Rajawali Nusindo di Banjarmasin. *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan*, 13(2), 113–126. <https://doi.org/10.30649/japk.v13i2.95>

Kalsum, U., & Usuli, S. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minuman Boba Brown Sugar Gar_Fresh. *Ekomen*, 21(1), 58–68.

Khuswatun, A., & Yulianti. (2022). Pengaruh Variasi Produk , Harga , Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 5, 341–349. <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/1133/1131>

Lesmana, J., & Andy. (2022). Pengaruh Harga , Variasi , & Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Pakaian Wanita Melalui Shopee (Studi Kasus Di Kota Tangerang). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–13.

Maftukhah, V. (2023). *Pengaruh label halal, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produl kosmetik halal Safi (Studi Kasus Mahasiswi FEBI UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019-2022)*. https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/20240/1/Skripsi_1905026146_Vela_Maftukhah.pdf

Marissa, N., Islam, U., Sulthan, N., Saifuddin, T., Anita, E., Islam, U., Sulthan, N., Saifuddin, T., Nofriza, E., Islam, U., Sulthan, N., Saifuddin, T., Islam, U., Sulthan, N., Saifuddin, T., Jambi, J. L., Duren, S. S., Kota, J. L., & Jambi, M. (2023). *Pengaruh Label Halal , Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sulthan*

Thaha. 2(2).

menurut Kotler dan Keller (2016:198). (2020). Keputusan Pembelian. In *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)* (Vol. 3, Issue 2, pp. 17–21).

Mu'ayanah, R. (2023). *Pengaruh Promosi, Labelisasi Halal, Inovasi, dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Japanese Food Konsumen Milenial Muslim di Jawa Tengah*. <http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/9143>

Mudita, I. komang N. (2023). *Pengaruh keberagaman Produk, Store Image, dan Store Atmosphere terhadap keputusan Pembelian Pada Tri Mart Di Blahbatuh Gianyar*. <https://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/3948/>

Mufreni, A. N. F. (2016). Pengaruh desain produk, bentuk kemasan dan bahan kemasan terhadap minat beli konsumen (studi kasus teh hijau serbuk tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54.

Oscar, B., & Sumirah, D. (2019). Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(1), 1–11.

Pasaribu, V. L. D. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Hand And Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Carrefour Pamulang, Tangerang Selatan). *J. Pemasar. Kompetitif*, 1(4), 77–92.

Perdana, J. (2022). *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, ISSN Online: 2549-2284 Volume VI Nomor 2, Juni 2022. VI, 145–158.

Perkasa, D. H., Affini, D. N., & Fatchuri, F. (2022). Efek Komitmen Organisasi, Komunikasi, Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Apartemen X Jakarta. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 11(1), 57. <https://doi.org/10.36080/jem.v11i1.1714>

Ramadhan Indra. (2020). *Pengaruh Kesadaran Merek, Lebel Halal Dan Variasi*

Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Mie Instan Indomie.

- Ramadhina, A., & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan ...*, 01(1), 59–67. <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/21>
- Rosadi, I. (2022). Pengukuran Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Proses Belajar Mengajar Di_Laboratorium Survey dan Pemetaan. *Integrated Lab Journal*, 10(02), 45–52.
- Salmaa. (2023). Instrumen penelitian. In *Deepublish*. <https://penerbitdeepublish.com/instrumen-penelitian/>
- Studi, P., Feb, M., Kediri, U. N. P., Nusantara, U., Kediri, P., Ahmad, J. K. H., No, D., Kediri, K., & Timur, J. (2023). *Labelisasi halal harga kualitas produk terhadap keputusan pembelian nugget fiesta prima freshmart 1),2). 2*, 753–762.
- Tri Septin Muji Rahayu, R. H. (2023). Pengaruh Label Halal, Promosi Di Media Sosial, Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Di Cilacap. *Derivatif : Jurnal Manajemen*, 20(1), 105–123.
- Triasih, D., Heryanti, B. R., & Kridasaksana, D. (2017). Kajian Tentang Perlindungan Hukumbagi Konsumen Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 18(2), 214. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v18i2.571>
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Wahyuni, T., Yarmunida, M., & Arisandi, D. (2022). Kesadaran Halal Masyarakat terhadap Produk UMKM Makanan di Kota Bengkulu. *Jurnal*

Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 22(3), 1376–1382.

Widyaningrum, M. A., & Musadad, A. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kemasan Terhadap Minat Beli Produk Garnier. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2).

Yuliani, W., & Supriatna, E. (2023). *Metode Penelitian Bagi Pemula*. 1–59.