

## ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2022

Farhan Azziyad Fahman

120.2018.222

**Pengaruh Kualitas Produk, *Brand image*, Harga, dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Kenangan dan tinjauannya dari sudut pandang islam (studi kasus pada konsumen kopi kenangan gerai pondok bambu)**

129 halaman + xiii halaman + 25 tabel + 4 gambar dan 3 lampiran

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Harga, dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian di kopi kenangan dan Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam. Sampel dalam penelitian ini adalah 110 Konsumen kopi kenangan gerai Pondok Bmabu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrument kusioner untuk diberikan secara langsung dengan scan qr code yang memunculkan halaman google form. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda menggunakan IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yang berarti (H1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $4,754 > 1,980$ ) (H2) brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $2,878 > 1,980$ ) (H3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $2,105 > 1,980$ ) (H4) labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $1,991 > 1,980$ ) dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel yang berarti (H5) kualitas produk, brand image, harga, dan labelisasi halal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ( $65,601 > 2,45$ ). Berdasarkan data hasil nilai Adjusted R Square sebesar 0,703 atau 70,3%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, *brand image*, harga dan labelisasi halal hanya mampu untuk menjelaskan terhadap variasi variabel keputusan pembelian di Kopi Kenangan gerai Pondok Bmabu sebesar 70,3%. Sedangkan sisanya sebesar 29,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Menurut pandangan Islam apabila ingin meningkatkan keputusan pembelian masyarakat, penjual harus bisa memperbaiki kualitas produk, brand image, harga, dan memastikan bahwa produk tersebut halal dan diberi label halal. ketika suatu produk memiliki brand image yang tinggi maka produk tersebut dapat menarik perhatian orang lain yang sesuai dengan syariat Islam maka akan menimbulkan suatu kesan yang baik di mata konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Brand Image*, Harga, Labelisasi Halal, Keputusan Pembelian, Islam

## **ABSTRACT**

**Faculty of Economics and Business  
Study Program S-1 Management  
2022**

**Farhan Azziyad Fahman**

**120.2018.222**

*The Influence of Product Quality, Brand image, Price, and Halal Labeling on Purchase Decisions at Kopi kenangan and its review from an Islamic Point of View (study at customer kopi kenangan pondok bambu outlet)*

*129 pages + xiii halaman + 25 tables + 4 pictures dan 3 attachments*

### **Abstract**

*This study aims to determine the effect of Product Quality, Brand Image, Price, and Halal Labeling on Purchase Decisions in kopi kenangan and its Review from an Islamic Perspective. The sample in this study were 110 consumers of kopi kenangan at Pondok Bmabu outlets. The sampling technique used is purposive sampling. Data was collected using a questionnaire instrument to be given directly by scanning a qr code that brought up the google form page. The data analysis method used is analysis multiple linear regression using IBM SPSS version 25. The results of this study show that  $t \text{ count} > t \text{ table}$  which means (H1) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions ( $4.754 > 1.980$ ) (H2) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions ( $2,878 > 1,980$ ) (H3) price has a positive and significant effect on purchasing decisions ( $2,105 > 1,980$ ) (H4) halal labeling has a positive and significant effect on purchasing decisions ( $1,991 > 1,980$ ) and the results of this study show that  $f \text{ count} > f \text{ table}$  which means (H5) product quality, brand image, price, and halal labeling simultaneously have a significant effect on purchasing decisions ( $65.601 > 2.45$ ). Based on the data, the value of Adjusted R Square is 0.703 or 70.3%. This shows that the variables of product quality, brand image, price and halal labeling are only able to explain the variation in purchasing decision variables at Kopi Kenangan outlets Pondok Bmabu by 70.3%. While the remaining 29.7% were influenced by other factors not discussed in this study. According to the Islamic view, if you want to improve people's purchasing decisions, sellers must be able to improve product quality, brand image, price, and ensure that the product is halal and labeled halal. when a product has a high brand image then the product can attract the attention of others in accordance with Islamic law it will create a good impression in the eyes of consumers*

*Keywords: Product Quality, Brand Image, Price, Halal Labeling, Purchase Decision, Islam*