

## ABSTRAK

### **Pengaruh Sertifikasi Halal MUI Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus di Nabila Bakery Ponorogo Tahun 2020)**

**Abdullah Nur Adib**  
**372016411302**

Sertifikasi halal merupakan pemberian tanda halal dalam bentuk logo yang di berikan MUI sebagai bukti jaminan kehalalan produk, Nabila Bakery adalah salah satu produsen roti dan kue yang sudah memiliki sertifikasi halal pada produknya, adanya sertifikasi halal pada produk Nabila Bakery merupakan upaya perlindungan konsumen muslim dari problematika halal dan haramnya produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari sertifikasi halal MUI terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Nabila Bakery Ponorogo. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode kuesioner sebagai instrumennya, populasi yang digunakan adalah konsumen dari Nabila Bakery dengan sampel yang diambil berjumlah 192 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, sedangkan alat yang digunakan dalam mengolah data adalah SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal (X) memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu sebesar  $10,215 < t_{tabel} 3,133$  (signifikansi 1%) dan nilai signifikansi (Sig.) ( $0,00 < 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di Nabila Bakery Ponorogo. Sedangkan hasil uji regresi linier sederhana, diketahui bahwa jika tidak ada sertifikasi halal pada produk (X) maka nilai keputusan pembelian konsumen (Y) sebesar 27,729, dan nilai koefisien sertifikasi halal sebesar 1,454 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai sertifikasi halal pada sebuah produk maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat sebesar 1,454. Sedangkan nilai (R<sup>2</sup>) sebesar 0,355 atau dapat dinyatakan 35,5%. Angka ini mengandung arti bahwa keterbacaan keputusan pembelian konsumen terhadap sertifikasi halal sebesar 35,5%. Dalam penelitian ini memiliki indikasi bahwa semakin jelas sertifikasi halal pada produk Nabila Bakery maka semakin besar juga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen akan produk Nabila bakery.

**Kata Kunci:** *Sertifikasi Halal, Keputusan Pembelian*

## ملخص

تأثير شهادة الحلال MUI على قرار الشراء المستهلك.  
(دراسة حالة في Nabila Bakery بفونوركو عام ٢٠٢٢).

عبد الله نور أديب

٢٠٣١١٤٦١٠٢٧٣

شهادة الحلال هي تعليق علامة الحلال كشعار مقدم من MUI الذي يدل على ضمان حلال المنتج، Nabila Bakery هي من إحدى منتج الخبز الذي قد إمتلك شهادة الحلال في منتجاته، وجود شهادة حلال في منتج Nabila Bakery هو جهد لحماية المستهلكين من المسلمين من مشكلة الحلال والحرام في المنتج. ولكن ما إذا كان هناك شهادة حلال على المنتج، يمكن أن يؤثر على قرار شراء المستهلك. لذلك يهدف هذا البحث لمعرفة تأثير شهادة الحلال MUI على قرار الشراء المستهلك في منتج Nabila Bakery بفونوركو. يستخدم هذا البحث نوع بحث الكمي باستخدام طريقة الاستبيان كأدات البحث، و مجتمع الدراسة الذي يستخدم هم مستهلكوا Nabila Bakery كانت العينة المأخوذة ١٩٢ مجيب. وأما التحليل باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط، فالأداة المستخدمة في معالجة البيانات هي SPSS. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن شهادة الحلال (X) لها قيمة  $t \text{ hitung}$  أكبر من  $t \text{ tabel}$  وهي تساوي  $10,215 > 3,133$ . يمكن استنتاج أن شهادة الحلال (X) لها تأثير كبير على قرارات شراء المستهلك (Y) في Nabila Bakery بفونوركو. في حين أن نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط، من المعروف أنه إذا لم يكن هناك شهادة حلال على المنتج (X)، فإن قيمة قرارات شراء المستهلك (Y) بقيمة ٢٧،٧٢٩، وقيمة معامل شهادة الحلال ١،٤٥٤ تنص على أنه لكل إضافة قيمة واحدة لشهادة الحلال لمنتج، فإن قرارات شراء المستهلك ستزداد بمقدار ١،٤٥٤. بينما تبلغ قيمة (R<sup>2</sup>) ٠،٣٥٥ أو يمكن ذكرها ٣٥،٥٪. يشير هذا الرقم إلى أن قابلية قراءة قرارات شراء المستهلك لشهادة الحلال تبلغ ٣٥،٥٪. تشير هذه الدراسة إلى أنه كلما كانت الشهادة الحلال لمنتجات مخابز نبيلة أكثر وضوحًا، زاد التأثير على قرارات شراء المستهلك لمنتجات Nabila Bakery.

الكلمات المفتاحية: شهادة الحلال، قرار الشراء المستهلك