

ABSTRACT

In purchasing a product, there are some of decisions made by consumers, which cannot be separated from the influence of halal labelling, product quality and place facilities, especially in Indonesia, where the majority are Muslims. The study aims to analyse the effect of halal labelling, product quality, and place facilities on consumer decisions in purchasing products at the Gacoan Noodle Restaurant Ponorogo Regency. Given the importance of these factors in influencing consumer decisions, this study used a quantitative approach involving 98 respondents. The were collected through questionnaires. The results showed that halal labelling has a significant influence on consumer decisions. Whit the t-count test of 2.821. The results of the hypothesis that has been tested that Product Quality on purchasing decisions has no significant effect on purchasing decisions. This is reinforced by the results of the t-count test of 0.721. The results showed that place facilities have a significant influence on consumer decisions. Whit t-count test of 4.137. Based on the results of the hypotheses that have been tested on the halal labelling variables, product quality and place facilities on purchasing decisions have a significant effect on purchasing decisions at the Gacoan Noodle Restaurant Ponorogo Regency. Whit f-count test of 15.010, meaning that the stronger the halal labelling, product quality and place facilities at the gacoan noodle restaurant, the stronger the consumer's decision to visit the Ponorogo gacoan noodle restaurant.

Keywords: Halal Labeling, Product Quality, Place Facility, Consumer Decision, Gacoan Noodle Restaurant.

UNIDA
GONTOR
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

ABSTRAK

Dalam melakukan pembelian suatu produk terdapat tahapan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, keberhasilan keputusan pembelian tidak lepas dari pengaruh labelisasi halal, kualitas produk dan fasilitas tempat terutama di Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh labelisasi halal, kualitas produk, dan fasilitas tempat terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk di restoran Mie Gacoan, Kabupaten Ponorogo. Mengingat pentingnya faktor-faktor ini dalam mempengaruhi keputusan konsumen, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 98 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Hal ini diperkuat dari hasil uji t-hitung sebesar 2,821. Hasil hipotesis yang telah diuji bahwa Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini diperkuat dari hasil uji t-hitung sebesar 0,721. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas tempat memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Hal ini diperkuat dari hasil uji t-hitung sebesar 4,137. Berdasarkan hasil hipotesis yang telah diuji pada variabel labelisasi halal, kualitas produk dan fasilitas tempat terhadap keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di restoran mie gacoan Ponorogo. Hal ini diperkuat dari hasil uji f-hitung sebesar 15,010 artinya bahwa semakin kuat labelisasi halal, kualitas produk dan fasilitas tempat di restoran mie gacoan maka akan menguatkan keputusan konsumen untuk berkunjung di restoran mie gacoan Ponorogo

Kata Kunci: Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Fasilitas Tempat, Keputusan Konsumen, Restoran Mie Gacoan

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR