

PENGARUH KESADARAN BERDAGANG & LABEL HALAL TERHADAP KUALITAS PRODUK DI PASAR REJOWINANGUN MAGELANG

Atha Dhyia Felix Fauzi

412020326032

Pasar Rejowinangun adalah pasar tradisional semi modern yang menjual berbagai jenis produk sandang dan pangan, semua pedagang berdagang belum di ketahui berlandaskan atas kesadaran berdagang dan menganut terhadap label halal, para pedagang pun tak lupa memrhatikan atas kualitas produk yang mereka jajakan, agar para pembeli tertarik terhadap produk yang mereka jual tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kesadaran berdagang dan label halal terhadap kualitas produk di Pasar Rejowinangun Magelang

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang bersifat survey lapangan, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling yaituaccidental sampling dengan jumlah sampel 80 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian inidengan menyebar kuesioner dan menggunakan skala likert sebagai alat ukur untuk menentukan panjak interval penddek. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan aplikasi IBM SPSS v 27

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran berdagang dan label halal tidak terlalu berpengaruh terhadap kualitas produk di pasar Rejowinangun Magelang. Dan koefisien determinasi R^2 dibuktikan sebesar 5,9% kualitas produk di pasar Rejowinangun magelang tidak terpengaruhi oleh variabel kesadaran berdagang dan label halal sisanya sebesar 94,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti oleh penelitian ini

Kata kunci: *Pasar; Kesadaran Berdagang; Label Halal; Kualitas Produk*

UNIDA
GONTOR
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

تأثير الوعي التجاري وعلامات الحلال على جودة المنتج في سوق ريجويناانجون ماجيلانج

أتى ضياء فيليكس فوزي

رقم التسجيل: ٤١٢٠٢٠٣٢٦٠٣٢

ملخص البحث

سوق ريجويناانجون هو سوق تقليدي شبه حديث يبيع أنواعًا مختلفة من الملابس والمنتجات الغذائية، ويتاجر جميع التجار على أساس الوعي التجاري والالتزام بعلامة الحلال، كما ينسى التجار الاهتمام بجودة المنتجات التي يبيعونها، حتى يهتم المشترون بالمنتجات التي يبيعونها. الغرض من هذه الدراسة هو تحديد مدى تأثير الوعي التجاري وعلامات الحلال على جودة المنتج في سوق ريجويناانجون ، ماجيلانج.

تعتمد هذه الطريقة البحثية على نوع من أنواع البحث الكمي وهو المسح الميداني، أما أسلوب العينة المستخدم فهو العينة غير الاحتمالية أي العينة العرضية بحجم عينة ٨٠ مستجيب. أما أسلوب جمع البيانات في هذه الدراسة فكان من خلال توزيع الاستبيانات واستخدام مقياس ليكرت كأداة قياس لتحديد ضريبة الفترة القصيرة. تقنيات تحليل البيانات باستخدام الانحدار الخطي المتعدد مع تطبيق IBM SPSS v 27

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن متغيرات الوعي التجاري وملصقات الحلال ليس لها تأثير كبير على جودة المنتج في سوق ريجويناانجون ماجيلانج. وقد ثبت أن معامل التحديد R^2 هو ٥,٩٪، وأن جودة المنتج في سوق ريجويناانجون ماجيلانج لا تتأثر بمتغيرات الوعي التجاري وملصقات الحلال، بينما تتأثر النسبة المتبقية ٩٤,١٪ بمتغيرات أخرى لم يتم فحصها في هذه الدراسة.

الكلمات المفتاحية: السوق، الوعي التجاري، جودة المنتج الملصق بالحلال

UNIDA
GONTOR
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR