

ABSTRAK

Nafiatu Salamah,1620210205, Pengaruh Label halal, Kualitas Produk, dan Promosi Islam Terhadap Keputusan Pelanggan Jamur Jini Jamkid Pati”

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan) tujuannya untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mendatangi responden dalam memperoleh bukti data tentang Pengaruh variable Label halal, Kualitas Produk, Promosi Islam terhadap Keputusan Pelanggan. Didapat nilai koefisien variable Label Halal (X) adalah kontanta dengan persamaan regresi adalah Y. Dijelaskan bahwa terdapat pengaruh antara variable X sama variable Y dengan nilai sebesar lebih rendah. Penelitian ini terdapat korelasi yang lebih kuat yang berpengaruh labelisasi dengan keputusan pelanggan ditempat ini . Maka dari itu sebaiknya kita sadar akan produk yang dipilih. Utamanya diperhatikan labelisasi halal yang menjamin kualitas dari produk itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan hasil Responden penelitian ini berjumlah 75 sampel dan 300 populasi di Jamur Nusa Indah Pati. Setelah peneliti melakukan analisis dalam bab-bab sebelumnya maka peneliti dapat memberi kesimpulan, yaitu : Variabel label halal mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pelanggan.

Ini dibuktikan dari hasil pengolahan SPSS versi 25 dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 1,456 > nilai table sebesar 1,993, maka t hitung berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima dengan taraf signifikan < 0,05 yaitu sebesar 0,00. Maka secara parsial Variabel label halal ip dan Gary Amstrong. 2006. Variabel Kualitas Produk Ini dibuktikan dari hasil pengolahan SPSS versi 25 dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 5,924 > nilai table sebesar 1,993, maka t hitung berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima dengan taraf signifikan < 0,05 yaitu sebesar 0,00. Variabel Promosi Islam mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pelanggan. Ini dibuktikan dari hasil pengolahan SPSS versi 25 dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 3,796 > nilai table sebesar 1,993, maka t hitung berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima dengan taraf signifikan < 0,05 yaitu sebesar 0,00. Maka secara parsial Variabel Promosi Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable keputusan pelanggan di UMKM Jamur Nusa Indah Pati.

Kata Kunci: Label halal, Kualitas Produk, Promosi Islam, Keputusan Pelanggan.