

ABSTRAK

Eni Choiru Umatin, NIM : 1820310154, dengan judul, **“Pengaruh Inovasi Produk, Label Halal, dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli pada CV Argo Mulyo”** Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus 2022.

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, label halal, dan promosi penjualan terhadap minat beli pada CV Argo Mulyo Kudus. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel penelitian ini merupakan konsumen dari CV Argo Mulyo Kudus dengan jumlah 96 responden. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reabilitas instrument, uji asumsi klasik dan uji hipotesis yang terdiri dari koefisien determinasi, analisis regresi berganda, uji t parsial dan uji F

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa inovasi produk diperoleh hasil uji T dengan kuantitas $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,463 > 1,98609$) serta taraf signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$ maka inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Label halal diperoleh dari uji T dengan kuantitas $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,611 > 1,98609$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Promosi penjualan diperoleh dari hasil uji T dengan kuantitas $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,439 > 1,98609$) serta taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ maka promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dengan hasil uji F didapatkan F_{hitung} sebesar $10,387 >$ dari F_{tabel} $2,704$ serta taraf signifikansi sebesar $0,000 <$ dari α $0,05$ artinya pengaruh inovasi produk, label halal, dan promosi penjualan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Label Halal, dan Promosi Penjualan dan Minat Beli