

ABSTRAK

Kehidupan masyarakat di perkotaan yang dinamis membuat masyarakat memilih makanan yang praktis. Produsen *chicken nugget* Fiesta merupakan salah satu produsen makanan *chicken nugget* siap dimasak. Pada kurun waktu kebelakang *chicken nugget* Fiesta kalah bersaing dengan produk sejenis lainnya dan menyebabkan penurunan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor –faktor apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim saat membeli produk *chicken nugget* Fiesta di Kota Semarang.

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sejumlah 100 orang yang pernah melakukan pembelian produk *chicken nugget* Fiesta dengan *purposive sampling* dimana pengumpulan data dilakukan secara *online* melalui *google form*. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa labelisasi halal, harga, dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil Uji t menunjukkan bahwa masing – masing variable independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Model persamaan ini memiliki nilai F sebesar 35,700 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil analisis koefisien determinasi sebesar 0,513. Hal ini berarti sebesar 51,3% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variable labelisasi halal, harga, kualitas produk, sedangkan sisanya yaitu 48,7% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel –variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Labelisasi Halal, Harga, Kualitas Produk*

SEMARANG
FEB UNDIP