

ABSTRAK

Konsumen non-muslim tidak memiliki ketentuan khusus dalam mengkonsumsi suatu makanan. Namun, konsumen non-muslim memperhatikan sertifikasi halal terkait kesehatan, keamanan pangan, serta kualitas makanan yang sudah terjamin. Sehingga memberikan rasa aman dalam mengkonsumsi suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal, kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian pada Restoran Marugame Udon yang merupakan variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan karakteristik tertentu untuk menjadi responden. Kuesioner dibagikan kepada 110 responden konsumen non-muslim yang pernah melakukan keputusan pembelian produk pada Restoran Marugame Udon. Teknik analisis yang digunakan adalah kuantitatif menggunakan model regresi linier berganda dengan perangkat lunak SPSS versi 27.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Restoran Marugame Udon oleh non-muslim di Kota Semarang.

Kata Kunci : *sertifikasi halal, kualitas pelayanan, kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian.*

SEMARANG
FEB UNDIP