

## ABSTRAK

Latifah, Siti Nur, 2022 “PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN OLEH KONSUMEN (Studi Pada Masyarakat Desa Kedungharjo)” Unisda Lamongan Pembimbing (1) Dr. Hj. Ainul Masruroh, S.H.I., M.H. (2) Ahmad Munir Hamid, S.E., M.SEI

Kata Kunci: Label Halal, Keputusan Pembelian

Konsep kehalalan di kehidupan masyarakat Indonesia sudah diterapkan dalam kehidupan masyarakat karena kehalalan adalah indikator awal bagi konsumen muslim dalam mengonsumsi produk halal yang baik dan bersih untuk dimakan atau untuk dikonsumsi oleh manusia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui urgensi label halal di Indonesia menurut Masyarakat desa Kedungharjo, pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan pada masyarakat desa Kedungharjo.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dalam penelitian ini berupa angket, wawancara, dan dokumentasi. Sebagai populasi dan sampelnya adalah masyarakat desa Kedungharjo sebanyak 96 orang, selanjutnya data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear sederhana. Untuk menguji hipotesis digunakan uji parsial (t) dan untuk mengetahui kontribusi variabel dependen terhadap variabel Independen, digunakan uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Hasil dari penelitian ini menunjukkan urgensi label halal pada produk makanan di Indonesia menurut Masyarakat desa Kedungharjo sangat penting berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Adapun pengaruh label halal dapat disimpulkan bahwa secara parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel label halal (X) terhadap keputusan pembelian (Y). Dari analisis uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 0,606 atau apabila dipresentasikan, maka 60,6% variabel label halal memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen dan sisanya sebesar 39,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian ini.