

ABSTRAK

Dan dalam pembelian suatu barang sebaiknya membeli produk yang memiliki kualitas yang baik dan tidak mengandung bahan yang berbahaya dan sesuai syariat islam, Produk halal adalah produk yang memenuhi syariat kehalalan sesuai dengan syariat islam. Kebudayaan sendiri adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang, terutama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian. Harga juga merupakan faktor penentu yang mempengaruhi pilihan pembelian karna kebanyakan konsumen biasanya membeli suatu barang karna melihat harganya, walaupun banyak juga konsumen yang membeli barang karna modelnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, budaya, dan harga terhadap keputusan pembelian secara parsial.

Jenis pendekatan ini adalah *field research* atau penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari lapangan kerja penelitian. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang menekankan analisisnya pada data-data *numerical* [angka] yang diolah dengan metode statistik. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket, observasi. Teknik analisis data meliputi analisis regresi berganda, analisis determinasi dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; pertama, terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian di Pasar Bitingan Kudus nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,051 > 1,966$). Sehingga H1 diterima, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua item yang terdapat dalam label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Pasar Bitingan Kudus. Didukung dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu menunjukkan nilai sebesar 0,043. Kedua, budaya terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,888 > 1,966$). sehingga H2 diterima. Didukung dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu menunjukkan nilai sebesar 0,000. Dan ketiga, harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,243 > 1,966$) sehingga H3 diterima. Didukung dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu menunjukkan nilai sebesar 0,000.

Kata Kunci: Label Halal, Budaya, Harga, Keputusan Pembelian.