

ABSTRAK

Aris Sujianto. NIM. 1520320012 Pengaruh Label Halal, Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Rocket Chicken Cabang Demak.

Pelatihan ini bertujuan untuk menguji tantangan yang dihadapi oleh pihak manajemen atau para pelaku usaha UMKM dalam rangka menyikapi berbagai tantangan yang ada, maka diperlukanlah suatu strategi mutu yang handal untuk dapat memonitor, memahami dan menganalisis perilaku konsumen secara tepat dan benar. Banyaknya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sehubungan dengan adanya perbedaan perilaku masing-masing individu, maka para penjual dituntut harus mampu mengendalikan berbagai bentuk tingkat perubahan perilaku konsumen yang terjadi.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: 1). pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Demak; 2). pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Demak; 3). pengaruh citra merk terhadap keputusan pembelian di Rocket Chicken Demak.

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi adalah seluruh konsumen Rocket Chicken Demak di tahun 2022. Peneliti gunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara langsung yang dipilih secara aksidental (*accidental*) pada responden yang kebetulan sedang berbelanja makanan cepat saji di Rocket Chicken Demak dengan jumlah pengambilan sebanyak 78 responden. Variabel penelitian terdiri atas empat, yakni variabel bebas (*independent*): label halal, kualitas pelayanan dan citra merk serta variabel terikat (*dependent*): keputusan pembelian konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji regresi.

Hasil penelitian melalui uji regresi secara parsial (uji t) didapat nilai t hitung untuk label halal (X_1) = 2,656 kualitas pelayanan (X_2) = 3,513 dan citra merk (X_3) = 3,578 yang semuanya lebih besar dari t tabel pada level signifikansi 5% yaitu 1,66488. Begitupun nilai sig. untuk variabel label halal = 0,010 kualitas pelayanan = 0,001 dan citra merk = 0,001 yang seluruhnya lebih kecil dari nilai sig. 0,05 sehingga hasil hipotesisnya menerima H_1 , H_2 , dan H_3 serta menolak H_0 . Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa variabel label halal, kualitas pelayanan, dan citra merk ketiganya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken cabang Demak di tahun 2022. dengan hasil Uji F secara simultan juga buktikan bahwa variabel label halal, kualitas pelayanan, citra merk ketiganya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Demak di tahun 2022 lantaran nilai F hitung = 82,174 > F tabel = 2,74 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 yang berarti menolak H_0 dan menerima H_a .

Kata Kunci : Label Halal, Brand Image, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.