

ABSTRAK

Nurul Aeni. 2024. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Labelisasi Halal Sebagai *Variabel Intervening* (Studi Pada Konsumen Home Industri Bakso Kembar Kota Metro). Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) H. Suryadi, S.E., M.M. Pembimbing (II) Selamat Fuadi, S.E.M.M.

Keputusan pembelian dari konsumen akan produk yang di produksinya merupakan suatu hal yang menjadi perhatian dari setiap pelaku bisnis dalam merumuskan strategi pemasaran yang kuat agar dapat memaksimalkan laba, menciptakan kepuasan konsumen dan dapat bersaing dengan bisnis permasalahan yang terdapat di lokasi dari objek penelitian saya ini yaitu menurunnya keputusan pembelian yang disebabkan oleh promosi serta harga jual dibandingkan pesaing mengakibatkan menurunnya konsumen dan membuat konsumen mempertimbangkan keputusan pembelian di *Home* Industri Bakso Kembar di Kota Metro. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap labelisasi halal, untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap labelisasi halal, untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan mengambil sampel berjumlah 57 konsumen Bakso Kembar Kota Metro. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dan analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Homogenitas, Uji Linieritas dan Analisis Regresi Variabel dengan menggunakan program (SPSS 22). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh secara langsung antara Promosi terhadap Labelisasi Halal, Terdapat pengaruh secara langsung antara Harga terhadap Labelisasi Halal, Terdapat pengaruh secara langsung antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian, Terdapat pengaruh secara langsung antara Harga terhadap Keputusan Pembelian, Terdapat pengaruh secara langsung antara Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Labelisasi Halal, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Nurul Aeni. 2024. "The Effect of Promotion and Price on Purchasing Decisions with Halal Labeling as *an Intervening Variable* (Study on Metro City Twin Meatball Industry Home Consumers). Thesis of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Metro. Supervisor (I) H. Suryadi, S.E., M.M. Supervisor (II) Selamat Fuadi, S.E.M.M.

Purchasing decisions from consumers regarding the products they produce is something that is of concern to every business person in formulating a strong marketing strategy in order to maximize profits, create consumer satisfaction and be able to compete with businesses. There is a problem at the location of the object of my research, namely the decline in decisions. purchases caused by promotions and selling prices compared to competitors resulted in a decrease in consumers and made consumers consider purchasing decisions at the Bakso Kembar Home Industry in Metro City. This research aims to find out whether promotions influence halal labeling, to find out whether price influences halal labeling, to find out whether promotions influence purchasing decisions, to find out whether price influences purchasing decisions, to find out whether halal labeling influences purchasing decisions. This research uses quantitative research, taking a sample of 57 Bakso Kembar Metro City consumers. Data collection uses the questionnaire method and data analysis uses Validity Test, Reliability Test, Normality Test, Homogeneity Test, Linearity Test and Variable Regression Analysis using the program (SPSS 22). The results of the research show that there is a direct influence between Promotion on Halal Labeling, There is a direct influence between Price on Halal Labeling, There is a direct influence between Promotion on Purchasing Decisions, There is a direct influence between Price on Purchasing Decisions, There is a direct influence between Labeling Halal on Purchasing Decisions.

Keywords: Promotion, Price, Halal Labeling, Purchasing Decisions.