

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH*
DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BUBUR BAYI ORGANIK HEPI MEAL
DI KEC. SEDATI KAB. SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh

ERIN DITA PUTRI IMRON

NIM: 08010420010



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya, Erin Dita Putri Imron, 08010420010, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar karya saya sendiri, dan bukan hasil karya skripsi orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Demikian pernyataan keaslian ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 11 Desember 2023



(Erin Dita Putri Imron)

NIM. 08010420010

LEMBAR PERSETUJUAN MUNAQSAH DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh

NAMA : ERIN DITA PUTRI IMRON

NIM : 08010420010

JUDUL : PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH* DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUBUR BAYI ORGANIK DI KEC. SEDATI KAB. SIDOARJO

Skripsi telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 12 Desember 2023

Dosen Pembimbing



Deasy Tantriana, M.M

NIP. 198312282011012009

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH HRGA, KUALITAS PRODUK, WORD OF MOUTH DAN
LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUBUR
BAYI ORGANIK HEPI MEAL DI KEC. SEDATI KAB. SIDOARJO

Oleh

Erin Dita Putri imron

NIM. 08010420010

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji pada
Tanggal 3 Januari 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Deasy Tantriana, MM
NIP. 198312282011012009
(Penguji 1)
2. Dr. Mugiyati, S.Ag., M.El
NIP. 197102261997032001
(Penguji 2)
3. Muhammad Iqbal Surya Pratikto, S.Pd., M.SEI
NIP. 199103162019031013
(Penguji 3)
4. Ismatul Khayati, ME
NIP. 199010132022032001
(Penguji 4)

.....
.....
.....
.....

Surabaya, 3 Januari 2024



Dekan
Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.El
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Erin Dita Putri Imron
NIM : 08010420010
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : erindita7@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Word of Mouth dan Lebelisasi Halal Terhadap Keputusan

Pembelian Bubur Bayi Organik Hepi Meal di Kec. Sedati Kab. Sidoarjo

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Maret 2024

Penulis



(Erin Dita Putri Imron)

ABSTRAK

Adanya peningkatan kesadaran akan pentingnya gizi dan kesehatan bagi anak-anak menjadikan industri bubur bayi organik mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Persaingan didalam industri bubur bayi organik semakin meningkat dengan banyak merek yang berlomba-lomba untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar. Salah satu merek yang terus berupaya mengembangkan produk baru dan menarik untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Kec. Sedati Kab. Sidoarjo adalah bubur bayi organik Hapi Meal. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah harga, kualitas produk, *word of mouth* dan labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian bubur bayi organik Hapi meal di kec. Sedati Kab. Sidoarjo.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 96 sampel yang merupakan konsumen bubur bayi organik Hapi Meal di Kec. Sedati Kab. Sidoarjo. Data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis dengan model *SEM-PLS (Partial Least Square)* dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 4.0.9.6.

Hasil analisis menggunakan *software Smart-PLS* menunjukkan variabel harga menghasilkan nilai *Path Coefficients* 0.234 dan hipotesis 0.031, variabel kualitas produk menghasilkan nilai *Path Coefficients* 0.535 dan hipotesis 0.000, variabel *word of mouth* menghasilkan *Path Coefficients* -0.037 dan hipotesis 0.558, variabel labelisasi halal menghasilkan nilai *Path Coefficients* 0.206 dan hipotesis 0.011. Nilai *Path Coefficient* dapat dikatakan positif apabila menghasilkan nilai >0 sedangkan hipotesis dapat dikatakan signifikan apabila <0.05 . Hasil *Path Coefficients* dan hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Labelisasi Halal (X_4) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) bubur bayi di Kec. Sedati Kab. Sidoarjo karena sesuai dengan nilai yang ditentukan. Variabel *Word of Mouth* (X_3) tidak berpengaruh baik positif maupun signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) bubur bayi organik Hapi Meal di Kec. Sedati Kab. Sidoarjo karena tidak sesuai dengan nilai yang ditentukan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, saran peneliti dalam penelitian ini bagi pelaku usaha yaitu kedepannya pelaku usaha harus tetap mempertahankan kualitas produk yang ada. Kebersihan *outlet* juga harus dijaga karena sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain seperti penelitian mengenai *green marketing*. Pelaku usaha bubur bayi sudah banyak yang menggunakan kemasan ramah lingkungan namun, konsumen masih banyak yang belum memahami adanya manfaat dari *green marketing* tersebut.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, *Word of Mouth*, Labelisasi Halal, Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Teori.....	12
2.1.1 Harga	12
2.1.3 <i>Word of Mouth</i>	22
2.1.4 Labelisasi Halal	24
2.1.5 Keputusan Pembelian	31
2.2 Peneliti Terdahulu	34
2.3 Kerangka Konseptual	39
2.4 Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Desain Penelitian	43
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	44
3.3 Data dan Sumber Data	44
3.4 Populasi dan Sampel	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5.1 Kuesioner	47
3.6 Teknik Pengolahan Data	49
3.6.1 <i>Editing</i>	49
3.6.2 <i>Coding</i>	49
3.6.3 Tabulasi	50

3.7	Definisi Operasional Variabel	50
3.8	Teknik Analisis Data	53
3.8.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	53
3.8.4	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	54
3.8.5	Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....		56
4.1	Hasil Penelitian	56
4.1.1	Sejarah Berdirinya Hepi Meal	56
4.2	Pengujian Kuersioner	58
4.2.1	Uji Validitas	59
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	62
4.3	Deskripsi Data	63
4.3.1	Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian	63
4.3.2	Deskripsi Variabel Penelitian	64
4.4	Analisis SEM-PLS	68
4.4.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	68
4.4.5	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	74
4.4.6	Pengujian Hipotesis.....	75
4.5	Analisis dan Pembahasan	78
4.5.1	Pengaruh Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bubur Bayi Organik.....	78
4.5.2	Pengaruh Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bubur Bayi Organik.....	79
4.5.3	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Bubur Bayi Organik	80
4.5.4	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Bubur Bayi Organik	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA		86
Lampiran 1		91
Data Penelitian		91
Lampiran1.1 Pernyataan Kuesioner		92

Lampiran1. 2Jawaban Responde	92
Lampiran II	93
Dokumentasi Penelitian.....	93
Lampiran III.....	96
Bukti Analisis Data	96



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert 4 Poin	48
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	50
Tabel 4.1 Skala Likert Modifikasi 4 Poin	58
Tabel 4.2 Hasil Convergent Validity Sementara	59
Tabel 4.3 Hasil Fornell-Larcker Sementara	61
Tabel 4.4 Hasil Cross Loading Sementara	61
Tabel 4.5 Hasil Composite Reliability Sementara	62
Tabel 4.6 Presentase Berdasarkan Jenis Kelamin Orang Tua	63
Tabel 4.7 Presentase Berdasarkan Usia Orang Tua	63
Tabel 4.8 Presentase Berdasarkan Usia Balita	63
Tabel 4.9 Variabel Harga	65
Tabel 4.10 Variabel Kualitas Produk	65
Tabel 4.11 Variabel Word of Mouth	66
Tabel 4.12 Variabel Labelisasi Halal	67
Tabel 4.13 Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.14 Hasil Outer Loading	70
Tabel 4.15 Hasil Average Variance Extracted	71
Tabel 4.16 Hasil Fornell-Larcker Criterion	72
Tabel 4.17 Hasil Cross Loading	72
Tabel 4.18 Hasil Composite Reliability	74
Tabel 4.19 Hasil R-Square	74
Tabel 4.20 Hasil Hipotesis	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Estimasi Ulang Path Alrorthm	69
Gambar Lampiran I 5.1 Pernyataan Kuesioner.....	91
Gambar Lampiran I 5.2 Hasil Jawaban Responden.....	92
Gambar Lampiran II 5.1 Master Hapi Meal	93
<i>Gambar Lampiran II 5.2 Outlet Hapi Meal</i>	<i>93</i>
Gambar Lampiran II 5.3 Daftar Harga Produk Hapi Meal.....	93
Gambar Lampiran II 5.4 Jadwal Menu Hapi Meal	93
Gambar Lampiran II 5. 5 Kupon Gift Hapi Meal	94
Gambar Lampiran II 5. 6 Pengisian Kuesioner	94
Gambar Lampiran II 5. 7 Pengisian Kuesioner	94
Gambar Lampiran II 5. 8 Pengisian Kuesioner	94
Gambar Lampiran II 5. 9 Pengisian Kuesioner	95
Gambar Lampiran II 5. 10 Pengisian Kuesioner	95
Gambar Lampiran III 5.1 Outer Loading.....	96
Gambar Lampiran III 5.2 Composite & AVE	96
Gambar Lampiran III 5.3 Fornell-Larcker Criterion	96
Gambar Lampiran III 5 4 Cross Loading.....	97
Gambar Lampiran III 5.5 R Square	97
Gambar Lampiran III 5 6 Hipotesis	97
Gambar Lampiran IV 5. 1 Sertifikat Labelisasi Halal	98
Gambar Lampiran IV 5. 2 Sertifikat SNI Organik Hapi Meal	99

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, R. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Coffe Shop Sudut Timur. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 12 pages.
- Agusta, R. & Dewi, C. (2019). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Widjie Coffee). *E-Proceeding of Management*, 6(3), 6966.
- Aisah, S. U. N. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Onlinedi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Onlinedi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Alia, U. N. (2022). *Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Masyarakat Pada Produk Halal Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Sebagai Konsumen Indomie)*.
- Aminuddin. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan). *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*, 5(2), 39.
- Aprilia, D. K. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Produk Smartphone Realme (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1132–1142. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1241>
- Ari, S & Jusuf, U. E. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta:Pustaka Jaya.
- Arifin, A & Setyaningrum, D. (2022). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi, Cita Rasa, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Kanzler Oleh Generasi Milenial (Studi Pada Konsumen Swalayan Indomaret Sragen). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 420–427.
- Bandur, A. (2013). *Validitas dan reliabilitas penelitian*, 01, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Cahya, A. D., Annisa, I. N., Setiawan, F. B., & Dharmanisa, A. L. (2021). Analisis Pengaruh Service Quality Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Ukm Bakpia Boomber Mas Raga Gunung Kidul). *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 168–173. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.677>
- Duryadi. (2019). *Buku Ajar Metode Penelitian Ilmiah*. Yogyakarta:Pustaka Jaya
- Edwin, Z. (2023). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Yogyakarta:Pustaka Progressif
- Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus Pada Cv Frinsa Agrolestari). *(Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>

- Fatihudin, D. (2021). *Pengantar Ekonomi Mikro*. <http://ejournal-iakn-manado.ac.id/index.php/putewayaya/article/view/967>
- Fauzi, A., & Wulandari, S. (2019). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt . Kedaung Medan Industrial Ltd*. 1–13.
- Fikri, M. (2017). Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm Pada Era Persaingan Global. *Jurnal Ekonomi*, 7(2), 1–12. <http://jurnal.stiemuhcilacap.ac.id/index.php/je511/article/view/18>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku konsumen*. Bandung:Agromedia Pustaka
- Harahap, L. K. (2016). *Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan Smartpls (Partial Least Square)*. Jakarta:Cipta Publishing.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*. Yogyakarta:Pustaka Jaya
- Heidjrachman, R. (1990). *Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta:Pustaka Jaya
- Hikmawati. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Cake Dan Bakery Chocolicious Di Kota Makassar. *Jurnal Alauddin Makasar*.
- Hikmawati. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Cake Dan Bakery Chocolicious Di Kota Makassar. In *Duke Law Journal* (Vol. 1, Issue 1).
- Irawan Yuswono, J. S. (2022). *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat Volume 4 Nomor 2*, 84–93.
- Isfarudi, I., Pd, M., Suhardi, D. A., Si, S., Canty, A., Zamil, F., Des, S., Junianto, H., & Kom, S. (2019). *Metode Sampling Penulis : Prof . Akhmad Fauzy , S . Si , M . Si ., Ph . D . ISBN : 978-602-392-688-6 Penelaah Materi Pengembang Desain Instruksional Penyunting Perancang Kover dan Ilustrasi Penata Letak Penerbit : Universitas Terbuka Jalan Cabe Raya , Pon*.
- Ismail, Z. (2012). *Teori Ekonomi*. Jakarta:Pustaka Publishing
- Joesyiana, K. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)*. 4(1).
- Joseph. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem)*.
- Kemdikbud. (2015). Strategi penentuan harga jual. *Book*, 1–7.
- Kurniawan, G. (2017). *Peran Word of Mouth, Kepercayaan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik pada Pengrajin Kampoeng Batik Jatis-Sidoarjo*.
- Larasati, N. R. (2022). *Pengaruh Persepsi Kualitas , Word Of Mouth , Dan Iklan Terhadap Keputusan*. 1(1), 51–60.

- Maghfiroh, V. (2021). *Moderasi It Capability Terhadap Hubungan Proses Bisnis Perusahaan Dengan Kinerja Karyawan Pt. Eratex Djaja Tbk.*
- Maliana, R. (2020). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Tresnah Bangkalan.* 1–9.
- Maryati, M. K. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio.* 11(1).
- Nadia, F. H. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace.* 1096–1104.
- Nurjanah. (2021). *Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda.* 1(November), 128.
- Olifiansyah, M., & Kinasih, A. (2019). *Regulasi Sertifikasi Produk Halal Pada Kemasan Makanan.*
- Pamungkas, M. S., & Kurniawati, D. (2023). Analisis Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bebicare Bubur Bayi Organik Outlet Madiun. *JRMA (Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi)*, 10(03), 201–214.
- Pratiwi, N., Parakkasi, I., & Darussalam, A. Z. (2022). Pengaruh Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Terhadap Perilaku Pembelian Produk Mi Samyang (Studi Kasus Di Kabupaten Ujung Bulu Kabupaten Bulukuma). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 1–15. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i2.6350>
- Prof. Dr. H. M. Sidik Priadana, M.S. & Denok Sunarsi S.Pd., M.M., Ch. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif.*
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.*
- Putra, A. (2022). Pengaruh Harga, Inovasi dan Kreativitas terhadap Minat Beli pada Pelaku UKM di Kabupaten Bayuasin. *Remik*, 6(4), 987–995. <https://doi.org/10.33395/remik.v6i4.11900>
- Putra, Y. D., Lisa, L., Sutarno, S., Dewi Anggraini, & Supriyanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Alam Bumi Lestari. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 133–140. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.402>
- Putra, Z. (2022). *Entrepreneur.* 3, 417–428.
- Rahayu, R. S. (2023). *Pengaruh Varian Rasa, Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bubur Bayi Merek Promina (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru).* 31–41.
- Ramita, P., & Kurniadi, S. (2023). Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di D’besto Chicken & Burger. *Istikhlaf: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 5(1), 45–60. <https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v5i1.502>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga

- terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Saputra, B. S., Ekonomi, F., & Riau, U. I. (2021). *Pengaruh Brand Awareness Dan Keyakinan Label Halal Terhadap Minat Pembelian Ulang Minuman Ichitan Thai Milk Tea (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau)*.
- Saragih, H. (2015). Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Nutricia Indonesesia Sejahtera Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 1(2), 197048.
- Sari, D. P. (2021). *Pembelian , Kualitas Produk , Harga Kompetitif , Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 2(4), 524–533.
- Sari, M. B., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 851–858. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2663>
- Sitorus, G. H. (2022). Sumbangsih Teori Fungsionalis Emile Durkheim Untuk Mewujudkan Agama Sebagai Wacana Performatif Dalam Mewujudkan Solidaritas Di Tengah Pandemi. *Pute Waya: Sosiologi of Religion Journal*, 3(1), 52–64. <http://ejournal-iakn-manado.ac.id/index.php/putewayaya/article/view/967>
- Sonia. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen E-Commerce Tokopedia Di Kota Batam. *Scientiaupb*, 3(2), 58–66. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&iid=9987>
- Subagyo, A., & Firda, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Energen (Studi Kasus Masyarakat Kota Jakarta)*. 3(1).
- Suri Amilia, M. O. A. N. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Syukri, M., Risqi, A., Nasution, S., Islam, U., Sumatera, N., & Medan, U. (2021). *Analisis Quality In Fact And Quality Perception*. 2(4), 18–30.
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., & Bahwa, M. (2019). *Issn 2442-3262 Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*. 6(2), 531–540.
- Tambunan, N. (2018). *Pengaruh Komunikasi Massa terhadap Khalayak The Effect of Mass Communication on the Audience*. 4(1), 24–31.
- Udayana, E. A. U. (2016). *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Kemampuan Investigatif Pada Pembuktian Kecurangan Oleh Auditor Ni Wayan Puspita Dewi*

1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud. 15, 1029–1055.

- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–8.
- Wahyuni, N. (2013). Study Analisis Sertifikasi Halal dan Keamanan Pangan (Studi Analisis SK 07/DIR/LPPOM MUI/V13 Tentang Daftar Makanan Kritis). *Socia Akademika*, 1(1), 1–10. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Yulinda. (2019). Analisis Penentuan Harga Jual Produk Dalam Upaya Peningkatan Perolehan Laba Bersih Pada Pt. Mestika Mandiri Medan. *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara M E D a N*, 9–19. <https://core.ac.uk/download/pdf/225831987.pdf>
- Yuniawan, A., Sukresna, I. M., & Bintoro. (2016). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kepercayaan Merek dan Ekuiktas Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Sains Pemasaran Indonesia*, XV(1), 33. www.queenova.com,
- Yuzakky Amrullah, D. (2023). Pengaruh Harga , Label Halal Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Bakso Aci Taubat Food. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 682–697.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A