

ABSTRAK

Khairiyah Azikra Lubis, 1941000008, Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kohwa Coffe Shop

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sertifikasi halal, harga produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen *Kohwa Coffe Shop*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan pendekatan asosiatif. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 91 responden, yaitu konsumen *Kohwa Coffe Shop*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sertifikasi Halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Kohwa Coffe Shop* pada Tahun 2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,392 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,662 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Kohwa Coffe Shop* pada Tahun 2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,481 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,662 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Kohwa Coffe Shop* pada Tahun 2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,009 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,662 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Kohwa Coffe Shop* pada Tahun 2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 78,863 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,01 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,00 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (*Adjust R Square*) diketahui bahwa variabel Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk dapat menjelaskan tingkat Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 72,2%. Sementara sisanya (27,8%) dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Sertifikasi Halal, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian