

**PENGARUH PRODUK DAN KARAKTERISTIK KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN KEMASAN
HALAL DI KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



**Nama : ERA NUR KOTIMAH
NIM : 212020073**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH PRODUK DAN KARAKTERISTIK KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN KEMASAN
HALAL DI KOTA PALEMBANG**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama : ERA NUR KOTIMAH

NIM : 212020073

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ERA NUR KOTIMAH

NIM : 212020073

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Produk dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan Halal di Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata I baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini

Palembang, 8 Februari 2024



mmf

ERA NUR KOTIMAH

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Produk dan Karakteristik Konsumen
Terhadap Keputusan Pembelian Makanan
Kemasan Halal di Kota Palembang

Nama : ERA NUR KOTIMAH
NIM : 212020073
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

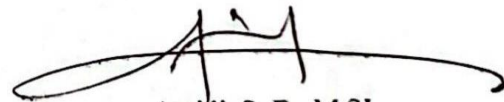
Diterima dan Disahkan
Pada tanggal.... Februari 2024

Pembimbing I,



DR. Diah Isnaini Asiati, S. E., M.M.
NIDN : 207046301

Pembimbing II,



Amidi, S. E., M.SI.
NIDN : 229056502

Mengetahui
Dekan

Program Studi Manajemen



Zaleha Trihandayani, S. E., M.Si
NIDN : 0219057501

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Cukuplah bagi kami Allah, sebaik-baiknya pelindung dan sebaik-baiknya penolong”

(Ali Imran:173)

“ Only you can change your life. Nobody else can do if for you”

Orang lain gak akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tau hanya bagian succes stories. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya kamu bisa.

(Era Nur Kotimah)

“Di kala hasil yang besar belum terlihat, jangan putus asa dan berfikir bahwa kita belum meraup “ penghasilan” apa pun. Selalu ingat bahwa di setiap proses pasti ada pelajaran yang bisa kita dapat. Itulah “ penghasilan sementara” kita. Jangan diremehkan. Karena pelajaran-pelajaran itulah yang akan membentuk kita semakin kuat dan pintar.”

(Mimpi Setuja Dolar)

PERSEMBAHAN :

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulillah kepadamu ya Allah SWT kupersembahkan teruntuk orang-orang yang kusayangi.

1. Kedua Orang Tuaku
Bapak Sutino dan Ibu Sutarni Tercinta
2. Untuk Adikku Tersayang
Rahel Setia Pramita
3. Keluarga Besar Tercinta.

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillah, Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikann nikmat sehat serta nikmat iman, rahmat dan karunianya yang telah memberikan kemudahan penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Produk dan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan Halal di Kota Palembang dengan tepat waktu.

Penting bagi setiap muslim melakukan pembelian makanan halal karena hal itu menunjukkan keyakinan sesuai dengan agamanya. Dalam kenyataan tidak setiap keputusan pembelian menunjukkan perilaku demikian. Oleh karena itu pentingnya penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh produk dan karakteristik responden terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal. Dalam penelitian ini sebaiknya peredaran produk makanan kemasan berlabel halal ini harus diperhatikan oleh para konsumen.

Selesainya Skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya, dengan penuh rasa hormat, cinta, dan kasih sayang dengan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua saya, Ayahandaku (Sutino) dan Ibundaku (Sutarni) yang sangat memiliki peran penting dalam hidup penulis dan banyak berjasa dalam mendidik, mendoakan, memberi dorongan motivasi, serta

selalu ada disetiap masalah yang dihadapi penulis. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memeberikan kedua orang tua yang sangat hebat didunia ini serta keluarga yang sangat mendukung. Selain ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dan Bapak Mister Candra. S.pd, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 dan bapak Amidi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing 2 yang dengan sabar membimbing, mendidik dan memberikan arahan serta masukan yang amat berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammadiyah Palembang, beserta seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kelancaran administrasi.

6. Penelaah Sempro, ibu Ervita Safitri, S.E., M.Si selaku Dosen Penelaah 1 dan bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Dosen Penelaah II.
7. Tim Penguji dan seluruh pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu-persatu baik secara langsung maupun tidak langsung membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, nama kalian selalu terpatri disanubari. Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada sahabat seperjuangan skripsiku Meyla, Syalsa, Tantry, Putri, Mutia, Bella, Sonif, Dwi, Arga, yang saling mengingatkan dan menguatkan sama-sama berjuang dalam menyusun serta selalu mensupport di masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan, meskipun demikian penulis berharap skripsi ini bermanfaat.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Palembang, 2024

Era Nur Kotimah

212020073

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	
Halaman Judul.....	
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Motto dan Persembahan.....	iv
Halaman Prakarta.....	v
Halaman Daftar Isi.....	viii
Halaman Daftar Tabel.....	x
Halaman Daftar Gambar.....	xii
Halaman Daftar Lampiran.....	xiii
Abstrak.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	8
1. Landasan Teori.....	8
2. Penelitian Sebelumnya.....	17
B. Kerangka Pemikiran.....	22
C. Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Lokasi Penelitian.....	24
C. Operasionalisasi Variabel.....	24
D. Populasi dan Sampel.....	25
E. Data yang Diperlukan.....	27

F. Metode Pengumpulan Data	27
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	
.....	39
B. Pembahasan.....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Pra Riset.....	5
Tabel II.1 Model Perilaku konsumen.....	9
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel.....	24
Tabel III.2 Skala Liket	30
Tabel IV.1 Wilayah Keseluruhan Kota Palembang	40
Tabel IV.2 Wilayah kelurahan seberang ulu I dan kecamatan Ilir Barat I.....	42
Tabel IV.3 Uji Validitas Keputusan Pembelian	43
Tabel IV.4 Uji Validitas Produk	43
Tabel IV.5 Uji Validitas Budaya	44
Tabel IV.6 Uji Validitas Persepsi	45
Tabel IV.7 Uji Validitas Pengetahuan	46
Tabel IV.8 Uji Reliabilitas	47
Tabel IV.9 Karakteristik Responden jenis kelamin	48
Tabel IV.10 Karakteristik Responden usia	49
Tabel IV.11 Karakteristik Responden pendidikan	50
Tabel IV.12 Karakteristik Responden pendapatan.....	51
Tabel IV.13 Karakteristik Responden pekerjaan	52
Tabel IV.14 Jawaban Responden keputusan pembelian	53
Tabel IV.15 Jawaban Responden Produk	55
Tabel IV.16 Jawaban Responden Budaya.....	57
Tabel IV.17 Jawaban Responden Persepsi	59
Tabel IV.18 Jawaban Responden Pengetahuan	61
Tabel IV.19 Regresi Linier Berganda	63

Tabel IV.20 Hasil Uji F (Simultan).....	65
Tabel IV.21 Hasil Uji T (Parsial).....	66
Tabel IV.22 Koefisien Determinasi	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	81
Lampiran 2 Kuesioner.....	82
Lampiran 3 Data Tabulasi Jawaban Responden	88
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilita.....	102
Lampiran 5 Hasil Uji F, Uji t, dan koefisien determinasi	108
Lampiran 6 Tabel F.....	110
Lampiran 7 Tabel t.....	111

ABSTRAK

Era Nur Kotimah/ 212020073/ 2024/ Pengaruh Produk dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan Halal di Kota Palembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui [1] Pengaruh produk dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal di Kota Palembang [2] pengaruh produk terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal di Kota Palembang [3] pengaruh karakteristik terhadap keputusan pembelian makanan halal di Kota Palembang. Penelitian ini bersifat asosiatif, dengan variabel yang digunakan adalah produk, budaya, persepsi, pengetahuan dan keputusan pembelian. Sampel yang digunakan sebanyak 138 responden dengan menggunakan *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data dengan menyebar kuesioner. Teknik analisisnya menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis membuktikan [1] ada pengaruh positif dan signifikan produk dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal. [2] ada pengaruh positif dan signifikan produk terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal. [3] ada pengaruh positif dan budaya terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal. [4] ada pengaruh negatif dan signifikan persepsi terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal. [5] ada pengaruh positif dan pengetahuan terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal.

Kata Kunci : Produk, Budaya, Persepsi, dan Pengetahuan.

**PENGARUH PRODUK DAN KARAKTERISTIK KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN KEMASAN
HALAL DI KOTA PALEMBANG**

Era Nur Kotimah¹, Diah Isnaini Asiati², Amidi³

eranurkotimah@gmail.com

ABSTRACT

Era Nur Kotimah/ 212020073/ 2024/ The Influence of Products and Consumer Characteristics on Purchasing Decisions of Halal Packaged Food in Palembang City.

This research aims to determine [1] the influence of product and consumer characteristics on decisions to purchase halal packaged food in Palembang City [2] the influence of products on decisions to purchase halal packaged food in Palembang City [3] the influence of characteristics on decisions to purchase halal food in Palembang City. This research is associative in nature, with the variables used being product, culture, perception, knowledge and purchasing decisions. The sample used was 138 respondents using purposive sampling. The data used is primary data. Data collection techniques by distributing questionnaires. The analysis technique uses multiple linear regression. The results of the analysis prove [1] that there is a positive and significant influence of product and consumer characteristics on the decision to purchase halal packaged food. [2] there is a positive and significant influence of the product on the decision to purchase halal packaged food. [3] there is a positive and cultural influence on the decision to purchase halal packaged food. [4] there is a negative and significant influence of perception on the decision to purchase halal packaged food.[5] there is a positive influence and knowledge on the decision to purchase halal packaged food.

Keywords: Product, Culture, Perception and Knowledge.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain. Manajemen pemasaran menjadi penting untuk memenuhi persaingan yang semakin ketat dan kebutuhan akan metode distribusi yang lebih baik untuk mengurangi biaya dan meningkatkan keuntungan. Manajemen pemasaran saat ini adalah fungsi terpenting dalam perusahaan komersial dan bisnis.

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Teori perilaku konsumen yaitu studi yang mempelajari tentang tindakan seseorang terhadap sebuah produk, jasa, brand atau perusahaan. Perilaku konsumen sendiri adalah suatu proses yang dilakukan oleh konsumen dalam hal merencanakan, mempertimbangkan, sampai pengambilan keputusan untuk mendapatkan sesuatu yang akan mereka konsumsi.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah produk. Apabila produk dikemas dengan baik maka akan menimbulkan daya tarik orang sehingga terdorong untuk membeli, demikian juga sebaliknya. Menurut Kotler (2019:114) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Selain produk, menurut Kotler & Keller (2016:25), ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain: 1) Faktor budaya 2) faktor sosial 3) faktor pribadi 4) psikologis. Faktor-faktor ini merupakan faktor yang berasal dari internal konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. Setiap faktor berisi unsur-unsur yang lebih detail.

Budaya adalah faktor yang mendasar dalam norma yang dimiliki oleh setiap orang kemudian membentuk keinginan menjadi seorang konsumen. Budaya dalam hal ini meliputi hal yang dapat dipelajari dari kalangan keluarga, teman, dan kondisi keuangan dan faktor internal (Tamba, 2017:30-50). Konsumen akan cenderung melakukan pembelian terhadap barang-barang yang sudah biasa dibelinya.

Selain budaya, persepsi juga faktor yang mempengaruhi karakteristik konsumen karena dalam membeli atau memilih produk salah satunya dipengaruhi oleh persepsi atau pandangan yang dimilikinya. Persepsi sebagai proses seseorang memilih mengorganisasikan, mengartikan, masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti bagi dunia ini. Pemasar selalu menginginkan produknya akan dipersepsikan dengan baik oleh konsumen karena persepsi konsumen yang baik terhadap produk akan lebih kuat mendorongnya melakukan pembelian.

Selain persepsi, pengetahuan akan produk halal juga sangat penting karena menjadi muslim tidak secara langsung membuat mereka memiliki pengetahuan yang memadai tentang produk yang diizinkan oleh hukum

Islam untuk dikonsumsi. Pengetahuan produk halal merupakan hal yang sangat mendasar bagi umat muslim dalam membuat keputusan harian (Maichum et al., 2017). Pengetahuan tentang produk halal membantu memahami perilaku konsumen. Hal ini pengetahuan produk halal membantu konsumen mengevaluasi merek yang menjamin kehalalan produknya. Pengetahuan halal juga membantu konsumen menentukan makanan yang berkualitas (Billah et al., 2020). Konsumen yang memahami makna pentingnya kehalalan sebuah produk cenderung akan lebih selektif untuk melakukan pembelian dengan hanya melakukan pembelian produk-produk yang halal.

Seiring dengan meningkatnya jumlah populasi muslim di Indonesia, studi dalam konteks pengakuan terhadap makanan halal perlu diperiksa lebih lanjut. Produk halal harus diakui sebagai simbol kebersihan, keamanan, kualitas tinggi bagi konsumen muslim, dan mempelajari faktor-faktor apa saja yang harus dipertimbangkan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Makanan kemasan sudah banyak beredar di pasaran saat ini. Banyak makanan kemasan yang masuk baik dari dalam maupun luar negeri, oleh karena itu setiap makanan kemasan harus mempunyai label halal untuk melindungi konsumen muslim. Islam mewajibkan umatnya untuk mengonsumsi makanan halal, baik, menyehatkan, serta bermanfaat bagi tubuh, karena setiap makanan itu akan menjadi sumber bagi manusia untuk beribadah kepada Allah. Dengan adanya label halal pada makanan

kemasan dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk makanan kemasan.

Kota Palembang merupakan ibukota Provinsi Sumatera Selatan yang tidak hanya terkenal sebagai kota budaya dan religius namun juga kota yang terkenal akan kulinernya, yang terdiri dari karakter masyarakat yang heterogen. Meskipun demikian, dalam melakukan keputusan pembelian sebuah produk makanan kemasan melingkupi semua tingkat usia manusia sebagai upaya pemenuhan kebutuhan mendasar manusia. Konsumen muslim khususnya membutuhkan keterangan bahwa produk tersebut halal untuk dikonsumsi. Tidak semua orang memperhatikan keputusan pembelian terhadap produk halal, tidak semua merek juga mengindikasikan bahwa produk tersebut halal, kemudian tidak semua penyalur memperhatikan apa yang mereka jual adalah produk halal. Di sisi lain, perilaku mengkonsumsi makanan halal belum tentu searah dengan banyaknya masyarakat Palembang yang beragama Islam belum tentu bahwa ia selalu berperilaku Islami, khususnya dalam mengkonsumsi makanan halal.

Berdasarkan usulan di atas dapat dilakukan Pra Riset kepada 30 responden untuk mengetahui tingkat kesadaran konsumen terhadap makanan halal yang ada di Kota Palembang.

Tabel I.1

Alasan tidak memperhatikan label halal

No	Alasan	Variabel	Jumlah
1.	1. Makanan yang dikonsumsi lebih mengutamakan rasa dari pada memperhatikan label. 2. Makanan yang dikonsumsi lebih memperhatikan desain produk. 3. Desain kemasan makanan tidak memicu kecurigaan 4. Merek makanan tidak menimbulkan kecurigaan. 5. Rasa makanan yang dikonsumsi tidak menimbulkan rasa kecurigaan. 6. Kualitas produk pada makanan sudah mencerminkan keamanan. 7. Warna makanan tidak mencurigakan.	Produk	7
2.	1. Makanan sudah familiar dijual. 2. Makanan sudah banyak dikonsumsi orang. 3. Makanan sudah banyak terjual dipasaran. 4. Makanan sudah banyak tersebar luas dikalangan masyarakat.	Budaya	4
3.	1. Persepsi makanan tersebut halal. 2. Negara Indonesia mayoritas islam jadi sudah pasti produknya halal MUI. 3. Persepsi makanan yang dikonsumsi halal. 4. Persepsi terhadap makanan sudah dapat dipastikan halal.	Persepsi	4
4.	1. Sudah diklaim no pork no lard 2. Komposisi bahan yang dipakai halal. 3. Makanan yang dikonsumsi aman. 4. Makanan tidak memicu kecurigaan keharaman., 5. Bahan makanan dari bahan alami. 6. Makanan yang dikonsumsi makanan lokal. 7. Makanan yang dikonsumsi sudah tersertifikasi halal. 8. Kesadaran mengkonsumsi makanan halal. 9. Makanan tidak mengandung komposisi dari daging babi dan turunannya. 10. Makanan tidak berbahaya untuk dikonsumsi. 11. Sudah mengetahui secara pasti bahan baku yang digunakan pada makanan. 12. Tidak memperdulikan label halal pada makanan. 13. Bahan baku makanan sudah diketahui dengan jelas. 14. Sadar dengan komposisi yang digunakan dalam pembuatan produk makanan.	Pengetahuan	14
5.	1. Daya beli masyarakat terhadap makanan tersebut tinggi.	Pendapatan	1

Sumber: Hasil Jawaban Pra Riset Tahun 2023

Berdasarkan Tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Dari hasil pra riset yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwasannya dalam melakukan keputusan pembelian konsumen masih banyak yang belum sadar akan pentingnya memperhatikan label halal pada makanan kemasan. Berkaitan dengan hal tersebut, penulis tertarik untuk melihat seberapa pengaruh produk dan katakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal. Untuk itu peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Produk dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan Halal di Kota Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, adapun masalah yang akan dibahas pada penelitian laporan ini adalah :

1. Adakah pengaruh produk dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal di Kota Palembang?
2. Adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal di Kota Palembang?
3. Adakah pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal di Kota Palembang?
4. Adakah pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal di Kota Palembang?
5. Adakah pengaruh pengetahuan terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal di Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Adakah tujuan yang penulis capai dalam menyusun laporan ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal di Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal di Kota Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal di Kota Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal di Kota Palembang.
5. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap keputusan pembelian makanan kemasan halal di Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penyusunan laporan ini adalah:

a. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan di bidang perilaku konsumen terhadap produk dan karakteristik konsumen khususnya dalam keputusan pembelian pada makanan kemasan halal.

b. Bagi Almameter

Diharapkan hasil ini dapat menjadi sumber referensi tambahan sehingga dapat memudahkan penulis lainnya untuk membuat penulisan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Albert Kurniawan. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Billah, A., Rahman, M. A., & Hossain, M. T. Bin. (2020). Factors influencing Muslim and non-Muslim consumers' consumption behavior: A case study on halal food. *Journal of Foodservice Business Research*, 23(4), 324–349.
- Diah Isnaini Asiati,dkk. (2019). *Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta. Penerbit : Salemba Empat.
- Diah Isnaini Asiati,dkk. (2019). *Metode Penelitian Bisnis. Palembang*. Penerbit : Noer Fikri.
- Fandy Tjiptono, Anastasia Diana. (2022). *Manajemen dan Staregi Kepuasan Pelanggan.Yogyakarta*. Penerbit : Andi.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit : Erlangga.
- Maichum, K., Parichatnon, S., & Peng, K.-C. (2017). The Influence of Attitude, Knowledge and Quality on Purchase Intention towards Halal Food: a Case Study of Young Non-Muslim Consumers in Thailand. *IRA-International Journal of Management & Social Sciences (ISSN 2455-2267)*, 6 (3), 354–364.
- Misbahuddin, Iqbal Hasan (2022). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta. Penerbit : Bumi Aksara
- Sciffman, Kanuk. (2014). *Definisi Keputusan Pembelian*. Sangadji, Supiah :120
- Sudaryono. (2016). *manajemen pemasaran teori dan implementasi*. yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan r&d*. Penerbit CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2022) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan r&d*. Penerbit CV. Alfabeta.

Tamba, D. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17, 30- 50.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Ujang Sumarwan. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor. Penerbit : Ghalia Indonesia.

