

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN  
SERTIFIKAT HALAL TERHADAP PEMBELIAN ULANG  
KONSUMEN MUSLIM DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI  
VARIABEL MODERATING**

**(Studi Kasus UD Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

**ROFIATUL LATIFAH**

**NIM. 4117020**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K. H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

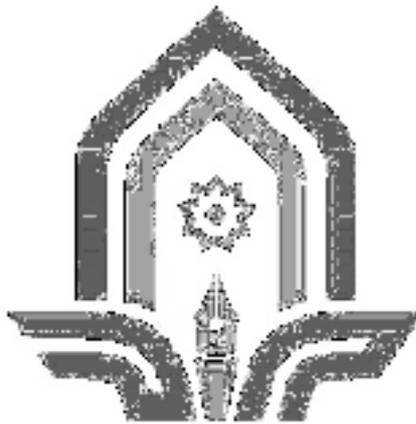
**2022**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN  
SERTIFIKAT HALAL TERHADAP PEMBELIAN ULANG  
KONSUMEN MUSLIM DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI  
VARIABEL MODERATING**

**(Studi Kasus UD Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

**ROFIATUL LATIFAH**

**NIM. 4117020**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Rofiatul Latifah  
Nim : 4117020  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN SERTIFIKAT HALAL TERHADAP PEMBELIAN ULANG KONSUMEN MUSLIM DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MODERATING (UD. RAMBAK IKAN CAP KUDA LAUT BATANG)**" adalah benar-benar karya peneliti sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah diujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini hasil plagiasi, peneliti bersedia memperoleh sanksi akademis dengan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 13 Oktober 2022

  
Rofiatul Latifah

## NOTA PEMBIMBING

**Happy Sista Devy, S.E., M.M.**

Pekajangan 10/1 Kabupaten Pekalongan

Lamp : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Rofiatul Latifah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

*c.q.* Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Rofiatul Latifah  
NIM : 4117020  
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Sertifikat Halal terhadap Pembelian Ulang Konsumen Muslim dengan Citra Merek sebagai variabel Moderating (Studi Kasus UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 13 Oktober 2022

Pembimbing



**Happy Sista Devy, S.E., M.**

---

NIP. 199310142018012003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K. H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Pahlawan No.52 Kajen Pekalongan, email febi@uingusdar.ac.id

## PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri  
K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara:

Nama : **ROFIATUL LATIFAH**  
NIM : **4117020**  
Judul Skripsi : **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Sertifikat Halal Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Muslim dengan Citra Merek sebagai Variabel Moderating, (Studi Kasus Pada UD. Rambak Ikan Cup Kuda Laut Batang)”**

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 31 Oktober 2022 dan dinyatakan **LULUS** sertaditerima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

**Drajat Stiawan, M.Si**

NIP.19830118 201503 1 001

Penguji II

**Imahda Khoiri Furqon, M.Si**

NIP. 19831225 201903 1 004

Pekalongan, 2 November 2022

Dipastikan oleh Dekan,



**Dr. Hj. Sinti Dewi Rismawati, S.H., M.H.**

NIP. 19730220 199903 2 001

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak Wagiyo dan Ibu Salistri yang sudah memberikan pelajaran hidup serta selalu memberikan semangat secara materil dan non materil juga motivasi yang luar biasa kepada saya.
2. Saudara saya Imam Aziz arifin, Ishlah Raset mayani, M. Fauzil Adzim, Deva Alief Arifin dan Suami saya Ahmad Romadlon serta anak saya Raykhan Adhyaksa terimakasih sudah memberikan semangat serta do'a terbaik.
3. Dosen pembimbing Happy Sista Devy, S.E., M.M. yang telah membimbing dan memberikan banyak ilmu sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat saya, Niken Novia Rahmawati, Shela Avina, Shabilla Margiyanti dan Ashvia Tsuroyya terima kasih sudah menjadi tempat berbagi, tempat bermain dan tempat bercerita di waktu senang maupun susah.
5. Teman saya Muhammad Naufal dan Hikmah Nurmalita yang telah membantu saya memberikan referensi-referensi menyelesaikan skripsi ini.
6. Dan teman-teman lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terimakasih juga atas semangat juang kalian dalam menghadapi semester akhir.

## MOTTO

● فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ● إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ●

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya  
sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

**Q.S. Al insyirah (5-6)**

## ABSTRAK

### **ROFIATUL, Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Sertifikat Halal terhadap Pembelian Ulang Konsumen Muslim dengan Citra Merek sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang).**

Persaingan dalam dunia bisnis semakin luas dan kuat.. Berbagai warna dalam berbisnis bisa jadi alasan yang kuat dalam mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat. Semakin kompetitifnya dunia pemasaran mengharuskan perusahaan untuk memiliki keunggulan daya saing pada citra merek dengan menyesuaikan keinginan dan kebutuhan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan sertifikat halal terhadap pembelian ulang serta mengetahui pengaruh moderasi variabel Citra Merek pada pengaruh hubungan harga, kualitas produk dan sertifikat halal terhadap pembelian ulang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang membeli Rambak Ikan Cap Kuda laut Batang. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh sebanyak 100 sampel pelanggan. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan *Moderating Regression Analysis* (MRA) dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 22.0.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap Pembelian Ulang (sig. 0,408 > 0,05) dan Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Pembelian Ulang (sig. 0,000 < 0,05), sedangkan Sertifikat Halal tidak berpengaruh terhadap Pembelian Ulang (sig. 0,569 > 0,05). Citra Merek tidak mampu memoderasi hubungan Harga, Kualitas Produk dan Sertifikat Halal terhadap Pembelian Ulang

.Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Sertifikat Halal, Pembelian Ulang, Citra Merk

## ABSTRACT

***ROFIATUL. Study of UD. Ramb, Effect of Price, Product Quality and Halal Certificate on Repurchase of Muslim Consumers with Brand Image as Moderating Variable (Case ak Ikan Stamp Kuda Laut Batang).***

*Competition in the business world is getting wider and stronger. Various colors in business can be a strong reason in influencing people's social life.. The increasingly competitive world of marketing requires companies to have a competitive advantage in brand image by improving and maintaining the suitability of consumer wants and needs such as accuracy in pricing, halal and good quality products as well as halal certified. The purpose of this study was to determine the effect of price, product quality and halal certificate on repeat purchases and to determine the moderating effect of the Brand Image variable on the relationship between price, product quality and halal certificate on repeat purchases.*

*This type of research is quantitative research. The population in this study are all consumers who buy Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang. With the sampling technique using purposive sampling method obtained as many as 100 samples of customers. Testing the research hypothesis using multiple linear regression analysis techniques and Moderating Regression Analysis (MRA) using the SPSS version 22.0 application*

*The results of this study indicate that price has no effect on repeat purchases (sig. 0.408 > 0.05) and product quality has a positive effect on repeat purchases (sig. 0.000 < 0.05), while Halal Certificate has no effect on repeat purchases (sig. 0.569). > 0.05). Brand Image is not able to moderate the relationship of Price, Product Quality and Halal Certificate to Repeat Purchase.*

*Keywords: Price, Product Quality, Halal Certificate, Repeat Purchase, Brand Image.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Sertifikat Halal terhadap Pembelian Ulang Konsumen Muslim dengan Citra Merek sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang)” Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada baginda agung kita Rasulullah Nabi Muhammad SAW yang syafaatnya dinanti-nantikan di akhirat kelak. Aamiin. Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Semoga dengan adanya penulisan skripsi ini dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan bagi pembaca khususnya terkait teori pemasaran.

Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai bantuan baik yang berupa materil maupun non materil dari berbagai pihak. Maka dari situ penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Kedua Orang Tua, Bapak Wagiyo dan Ibu Salistri terimakasih banyak dari lubuk hati terdalam atas seluruh kasih sayang dan dukungan yang senantiasa tercurah penuh sejak penulis lahir hingga hidup sampai detik ini. Skripsi ini kiranya dapat membuktikan keunggulan penulis mengawali langkah membahagiakan kedua orang tua dan menjunjung derajat keluarga alih alih membalas jasa-jasa yang sebenarnya tak kan pernah mampu terlunasi.

2. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag. Selaku Rektor UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Muhammad Aris Safi'I, M. E. I. selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Happy Sista Devy, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan dan selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
8. Sahabat-sahabat yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah mendukung saya secara moral dan memberikan arahan selama proses penyelesaian studi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 17 Oktober 2022



Penulis

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT KEASLIAN KARYA.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori.....	11
B. Telaah Pustaka .....	15

C. Model Penelitian .....	19
D. Hipotesis Penelitian.....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Pendekatan Penelitian .....	25
C. Setting Penelitian .....	25
D. Variabel .....	25
E. populasi .....	26
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Metode Analisis Data.....	31
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	35
B. Analisis Data .....	36
C. Pembahasan.....	53
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>58</b>
A. Kesimpulan .....	58
B. Saran.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia NO. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987.

Transliterasi digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

### A. Konsonan

Fonemena konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وَا...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَتَبَ : kataba

ذُكِرَ : zukira

يَذْهَبُ : yazhabu

**C. Ta'marbuah**

a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrahdan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudah al-afāl

-- raudatulafāl

طَاحَةٌ - talhah

#### D. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanā
نَزَّلَ	- nazzala
الْبِرِّ	- al-birr

#### E. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

c. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

الشَّمْسُ - as-syamsu

الْجَلَالُ - al-jalālu

## F. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

النَّوْءُ - an-nau'

إِنَّ - inna

شَيْءٌ - syai'un

## G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ      Wa auf al-kaila wa-almizān

Wa auf al-kaila wal mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmūl-Khalīl

## H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku pada EYD diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri tersebut didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tatp huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital hanyauntuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Wa mā Muhammadun illā rasl

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn

Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Pelanggan Kerupuk Rambak Ikan, 6
Tabel 1.2 Daftar Harga Kerupuk Rambak Ikan, 6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu, 15
Tabel 3.1 Definisi Operasional, 28
Tabel 3.2 Skala Pengukuran dan Skor Penilaian, 30
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Harga, 36
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk, 37
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Sertifikat Halal, 38
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Pembelian Ulang, 39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek, 40
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas, 41
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas, 42
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas, 43
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas, 44
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda, 45
Tabel 4.11 Hasil Uji t, 47
Tabel 4.12 Hasil Uji F, 49
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinan $R^2$ , 50
Tabel 4.14 Hasil Uji Moderating Analysis (MRA), 51

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 : Model Penelitian, 19

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Data Harga, I

Lampiran 2 Data Kualitas Produk, III

Lampiran 3 Data Sertifikat Halal, VI

Lampiran 4 Data Pembelian Ulang, VIII

Lampiran 5 Data Citra Merek, XI

Lampiran 6 Hasil Uji, XIV

Lampiran 7 Tabel t, XXI

Lampiran 8 Riwayat Penulis, XXI

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Usaha mini adalah usaha mandiri yang dimiliki dan dioperasikan oleh pengusaha perorangan. Usaha menengah berjalan sendiri, tetapi yang dapat dilakukan dapat dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikelola, atau menjadi bagian dari Usaha Kecil atau Usaha Besar. Usaha dengan laba bersih paling banyak dengan rekap penjualan akan menjadi pemenangnya. Setiap tahun, Bumi mengalami sejumlah perubahan. Perubahan-perubahan ini dapat merupakan hasil dari proses alam, seperti cuaca, atau dapat juga merupakan hasil dari aktivitas manusia.(Bunga Aditi, 2017)

Persaingan dalam dunia bisnis semakin luas dan kuat. Kondisi usaha yang berkembang melesat ini pelaku usaha harus lebih semangat untuk meraih konsumen. Berbagai warna dalam berbisnis bisa jadi alasan yang kuat dalam mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat. Pada dasarnya yang menjadi beban bagi perusahaan adalah dalam hal mengatur dan memahami sifat konsumen adanya perbedaan sifat untuk masing-masing individu. Semakin kompetitifnya dunia pemasaran mengharuskan perusahaan untuk memiliki keunggulan daya saing pada citra merek dengan memperbaiki dan menjaga kesesuaian keinginan dan kebutuhan konsumen seperti ketepatan dalam memberi harga, produk yang

berkualitas halal dan baik juga yang tersertifikat halal (Hendra, 2019)

Ada hubungan antara harga dan permintaan konsumen. Ketika harga tinggi, permintaan rendah, dan ketika harga turun, permintaan meningkat. Ketika harga suatu produk naik, banyak konsumen cenderung beralih ke alternatif yang lebih murah. Prasetio berpendapat bahwa kenaikan harga suatu barang akan mendorong konsumen untuk membeli kembali, yang kemungkinan akan menghasilkan peningkatan penjualan. Namun, bertentangan dengan penelitian Setyo, yang menemukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian berulang, penelitian kami sendiri menemukan bahwa harga yang lebih rendah memang meningkatkan pembelian berulang. (Nur Rahmawati, 2019)

Kualitas Produk fokus penting bagi ruang usaha dalam mengadakan sebuah produk. Produk yang berkualitas akan jadi tujuan awal konsumen dalam memilih produk yang sudah perusahaan tawakan. Untuk memenuhi keinginan konsumen perusahaan harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Berkualitasnya produk perusahaan dapat bersaing pada competitor dalam berbaur ke pasar luas. Dengan tujuan memperoleh laba yang optimal dapat terpenuhi sekaligus dapat memenuhi tuntutan konsumen akan produk yang berkualitas dan harga yang kompetitif perusahaan harus memperhatikan aspek kualitas produk. Kualitas produk dalam pandangan Islam yaitu jika produk yang dihasilkan berkualitas bagus dan baik, maka konsumen muslim lebih memilih untuk membeli kembali produk tersebut, karena penjual selalu menerapkan prinsip kejujuran,

terbuka, dan produknya selalu realita atau jelas dalam jual belinya sesuai dengan ajaran Islam yang terbaik yang bertujuan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Putri, 2021).

Atas dasar ilmu agama Islam tentang pentingnya muslim mengkonsumsi makanan yang baik dan halal membuat muslim menjadi semakin selektif dalam memilih produk yang dikonsumsi. Menurut Arya Prasetya Nugroho bahwa kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap pembelian ulang. Namun, hal ini bertentangan dengan penelitian Eddo Praditya Denniswara menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pembelian ulang (Arief Setiawan, 2020).

Banyak orang muslim membeli produk makanan yang tidak berlogo halal pada kemasan produk (Distya Riski Hapsari, 2019). Padahal produk halal sangat penting untuk kesehatan jasmani dan rohanikita. Hal ini sangat menyimpang dengan surat Al-Baqarah ayat 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّ الشَّيْطَانَ لَكُمْ  
عَدُوٌّ مُبِينٌ

yang artinya “*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan ; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu*”. UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut merupakan perusahaan olahan makanan ringan yang sudah bersertifikat halal resmi dari MUI (Majelis Ulama Indonesia). Adanya usaha yang baik dalam pemasaran

produk yang dilakukan UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut dalam melampaui perkembangan penjualan, walaupun demikian peneliti melihat UD. Rambak Ikan cap Kuda Laut tetap dikrubungi pembeli (Bagus Riski, 2020). Menurut Agustian dan Sujana bahwa sertifikat halal berpengaruh secara baik dan benar terhadap pembelian ulang. Namun, bertentangan dengan menurut Zulkarnain dan Ulfah bahwa sertifikat halal menyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang (Anjang Sudrajat, 2018).

Salah satu UD. Kerupuk Rambak yang terkenal akan citra mereknya yaitu UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang, UD ini merupakan salah satu UD Rambak Ikan yang cukup terkenal dari dulu hingga sekarang, dengan mempunyai banyak keunggulan dari harga yang tidak terlalu menguras kantong, kualitas produk hal rasa yang tidak pernah mengecewakan, sudah terjamin kehalalannya untuk di konsumsi dan kualitas pelayanan yang sangat baik. UD. Kerupuk Rambak Cap Kuda Laut merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner cemilan, lauk dan oleh-oleh. Satu-satunya perusahaan yang memiliki citra merek yang luar biasa kepada konsumennya. Perusahaan ini awal berdiri pada tahun 1991 yang mana sudah sangat tahu mengenai kualitas produk yang semakin baik yang sudah diakui oleh banyak masyarakat. Menurut Amalia dan Asmara (2017) menyatakan Citra merek mampu memoderasi kaitan antara harga, kualitas produk, sertifikat Halal terhadap pembelian ulang (Erlin Iriani, 2019). Sedangkan menurut (Ashabul Khuri, 2021) menyatakan bahwa Citra

merek tidak mampu memoderasi antara harga, kualitas produk, sertifikat halal terhadap pembelian ulang (Nur Aida, 2019).

Kerupuk merupakan makanan ringan yang biasa dikonsumsi sebagai cemilan atau makanan pelengkap lauk pauk. Meskipun saat ini sudah banyak sekali macam cemilan tetapi kerupuk tetap mampu menarik hati masyarakat untuk menjadi kebutuhan lidah yang seakan tidak membosankan masyarakat enggan mengonsumsi. Mayoritas masyarakat sudah pernah makan kerupuk. Makanan ini merupakan cemilan yang familiar bagi masyarakat luas. Mulai dari anak-anak sampai dewasa pernah merasakannya. Dengan itu terbukti kalau kerupuk sangat diminati masyarakat. Dengan begitu akan menjadi peluang usaha masyarakat untuk membuka Usaha Kecil Menengah dalam pembuatan kerupuk (Reno Pramudyono, 2019).

Kerupuk rambak ikan merupakan perusahaan makanan olahan ringan oleh-oleh khas Kabupaten Batang yang beralamat di Jl. Yos Sudarso Sipung Raya Karangasem Utara Batang, alamat ini menjadi tempat produksi dan pemasaran produk. Cemilan oleh-oleh khas Kabupaten Batang ini sudah banyak dijumpai diseluruh wilayah Kabupaten Batang dan beberapa macamnya sudah terpasarkan di luar Kabupaten Batang bahkan sudah mencapai daerah Jakarta Tangerang, Bandung, Batam, sampai luar negeri.

Berikut pemaparan Data dari perusahaan UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang : Pada tabel 1.1 memaparkan bahwa data pelanggan Kerupuk Rambak Ikan Cap Kuda laut Batang selama satu tahun di tahun

2021 mengalami peningkatan di setiap bulannya. Sedangkan pada tabel 1.2 memaparkan bahwa ada 6 macam Kerupuk Rambak di UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang yaitu mulai dari kulit ikan remang, kulit ikan nila, pelampung ikan manyung, pelampung ikan utik, pelampung ikan jeruk, dan rambak kulit sapi. Dengan daftar harga mulai dari 35 ribu sampai 60 ribu.

**Tabel 1.1**

**Data Pelanggan Kerupuk Rambak Ikan Cap Kuda Laut Tahun 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>
Januari	200
Februari	282
Maret	300
April	302
Mei	357
Juni	363
Juli	384
Agustus	404
September	493
Oktober	500
November	570
Desember	600

Sumber : Wawancara Pemilik UMKM Kerupuk Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang tahun 2021

**Tabel 1.2**

**Daftar Harga Kerupuk Rambak Ikan Cap Kuda Laut**

<b>No</b>	<b>Nama Kerupuk Rambak</b>	<b>Harga / Kantong 2 ons</b>
-----------	----------------------------	------------------------------

1.	Kulit Ikan Remang	Rp. 50.000
2.	Kulit Ikan Nila	Rp. 50.000
3.	Pelampung Ikan Manyung	Rp. 60.000
4.	Pelampung Ikan Utik	Rp. 55.000
5.	Pelampung Ikan Jeruk	Rp. 45.000
6.	Rambak Kulit Sapi	Rp. 35.000

Sumber : Wawancara Pemilik UMKM Kerupuk Rambak Ikan Cap Kuda Laut Bating Tahun 2021

Berdasarkan fakta yang ada dan adanya perbedaan penelitian yang sudah dijelaskan maka penting untuk dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Sertifikat Halal Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Muslim dengan Citra Merek sebagai Variabel Moderating, (Studi Kasus Pada UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Bersandarkan ulasan tersebut, maka dapat diuraikan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Pembelian Ulang UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Pembelian Ulang UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang?
3. Apakah Sertifikat Halal berpengaruh terhadap Pembelian Ulang UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang?

4. Apakah Biaya, Kualitas Barang dan Sertifikat Halal berpengaruh terhadap Pembelian Ulang Muslim UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang?
5. Apakah Citra Merek mampu memoderasi Pengaruh Harga terhadap Pembelian Ulang UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang?
6. Apakah Citra Merek mampu memoderasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Pembelian Ulang UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang?
7. Apakah Citra Merek mampu memoderasi Sertifikat Halal Terhadap Pembelian Ulang UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Menganalisis hubungan antara Harga dengan Pembelian Ulang.
2. Untuk Menganalisis hubungan antara Kualitas Produk dengan Pembelian Ulang.
3. Untuk Menganalisis hubungan antara Sertifikat Halal dengan Pembelian Ulang.
4. Untuk Menganalisis hubungan apakah Biaya, Kualitas Barang dan Sertifikat Halal berpengaruh terhadap Pembelian Ulang.
5. Untuk Menganalisis hubungan apakah Citra Merek mampu memoderasi Harga terhadap Pembelian Ulang.

6. Untuk Menganalisis hubungan apakah Citra Merek mampu memoderasi Kualitas Produk terhadap Pembelian Ulang.
7. Untuk Menganalisis hubungan apakah Citra Merek sebagai variabel moderating mampu memoderasi Sertifikat Halal terhadap Pembelian Ulang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun Manfaat Penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Menambah khasanan keilmuan tentang ilmu bisnis khususnya pada konsumen kerupuk rambak.
  - b. Dapat dijadikan landasan atau referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk Perusahaan/Produsen

Dari hal ini dimimpikan dapat menyalurkan masukan menyikapi permasalahan dengan harga, kepuasan pelayanan, sertifikat halal terhadap pembelian konsumen muslim di unit dagang kerupuk rambak ikan cap kuda laut batang.

- b. Bagi Akademik

Dari penelitian ini Insya Allah dapat dijadikan acuan serta wawasan dalam perluasan penelitian sejenis dan memberikan kontribusi literature sebagai bentuk empiris di bidang Ekonomi Syariah.

## F. Sistematika Pembahasan

Agar penulisan skripsi tersusun secara sistematis dan meminimalisir penulisan yang tidak diperlukan, maka peneliti menggunakan sistematika penulisan untuk pedoman dalam penyusunan penulisan sebagai berikut :

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Pada BAB I pendahuluan menjelaskan latar belakang, sebab dan factor pemillihan variabel didasari oleh keresahan peneliti atas permasalahan yang dihadapi oleh UD Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang sebagai objek penelitian terpilih. Setelah latar belakang masalah selesai diuraikan, selanjutnya terdapat pemilihan rumusan masalah yang menjadi patok penelitian. Selanjutnya rumusan masalah tersebut dibuat batasan masalah agar peneliti focus pada *tagline* penelitian. Selanjutnya terdapat tujuan penelitian, tujuan penelitian berisi tujuan yang ingin dicapai atas penelitian ini. Serta manfaat penelitian yang berisi harapan yang digantungkan oleh peneliti setelah selesainya penelitian dilakukan. Dan terakhir ada sistematika penulisan, agar penyusunaskripsi ini tertuang di dalam tulisan yang sistematis, rapi, dan bagus.

### **BAB II            TINJAUAN PUSTAKA**

BAB II membahas seputar landasan teori yang berfungsi untuk memperjelas dan mempertajam ruang lingkup variabel yang dipilih oleh peneliti, tinjauan pustaka merupakan *review* atas kajian terdahulu yang mengidentifikasi kebaruan penelitian ini dengan mengetahui persamaan dan perbedaannya dengan penelitian terdahulu sehingga tidak terjadi duplikasi. Selanjutnya terdapat kerangka berpikir yang berisi tentang sudut pandang peneliti membawa arah penelitian sesuai rumusan masalah yang diwujudkan dalam bentuk bagan. Yang terakhir adalah hipotesis yang berarti dugaan atau sangkaan peneliti atas jawaban rumusan masalah yang dianggap paling mendekati kemungkinan.

### **BAB III            METODE PENELITIAN**

Dalam metode penelitian terdapat pembahasan tentang jenis dan pendekatan yang dipilih, setting penelitian, variabel penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data. Dimana keseluruhan sub bab ini menjadi salah satu hal penting dalam penelitian karena mempermudah pengolahan data.

### **BAB IV            HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ke empat hasil dan pembahasan ini berisi seputar gambaran umum *home industry* UD. Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang serta hasil penelitian yang diperoleh dari deskripsi, pengujian hipotesis dan analisis data yang terkumpul.

## **BAB V            PENUTUP**

Bab ke lima adalah bab terakhir yang didalamnya berisi kesimpulan atas olah data pengujian hipotesis. Serta kritik dan saran atas keterbatasan peneliti.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Setelah melalui pengujian data yang panjang, dan telah secara detail dilakukan pembahasan. Untuk membantu memudahkan pembaca, maka peneliti meringkas hasil penelitian melalui poin-poin di bawah ini :

1. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung  $0,831 < 1,66105$  dengan nilai signifikan  $0,408 > 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap pembelian ulang Kerupuk Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang.
2. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung  $4,684 > 1,66105$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap pembelian ulang Kerupuk Rambak ikan Cap Kuda Laut Batang.
3. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung  $0,571 < 1,66105$  dengan nilai signifikan  $0,568 > 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa Sertifikat Halal tidak berpengaruh terhadap pembelian ulang Kerupuk Rambak ikan Cap Kuda Laut Batang.
4. Dari Uji F menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $24,760 > F$  tabel  $2,47$ .. Dapat diartikan bahwa secara bersama variabel Harga, kualitas barang dan pengesahan halal secara bersama berpengaruh terhadap pembelian ulang Kerupuk Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang.

5. Variabel X1.Z memiliki nilai t hitung  $0,623 < t$  tabel  $1,66105$  dan nilai signifikan  $0,535 > 0,05$  yang artinya Citra merek tidak memiliki kemampuan memoderasi hubungan harga terhadap pembelian ulang Kerupuk Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang.
6. Variabel X2.Z memiliki nilai t hitung  $0,043 < t$  tabel  $1,66105$  dan nilai signifikan  $0,966 > 0,05$  yang artinya Citra merek tidak memiliki kemampuan memoderasi hubungan kualitas produk terhadap pembelian ulang Kerupuk Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang.
7. Variabel X3.Z memiliki nilai t hitung  $1,836 < t$  tabel  $1,66105$  dan nilai signifikan  $0,070 > 0,05$  yang artinya Citra merek tidak memiliki kemampuan memoderasi sertifikat halal terhadap pembelian ulang Kerupuk Rambak Ikan Cap Kuda Laut Batang.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah dicoba menurut prosedur ilmiah, namun masih terdapat keterbatasan, yaitu: Penelitian ini terbatas pada pembeli kerupuk ikan rambaK cap kuda laut dari Sipung Raya Batang, sehingga tidak mungkin menarik kesimpulan umum tentang kerupuk ikan dari daerah lain di Indonesia. Untuk parafrase, pertama-tama seseorang harus jelas tentang apa yang ingin mereka katakan dan kemudian menyusun argumen mereka sesuai dengan itu.

Selain itu, seorang penulis harus mampu menyajikan argumen mereka secara jelas dan ringkas. Studi ini menemukan bahwa hanya satu faktor, kualitas produk, yang mempengaruhi perilaku pembelian ulang.

Sementara hal luar dapat meracuni keputusan seseorang untuk mengambil produk lagi, studi tersebut menemukan bahwa *Adjusted R square* hanya menyumbang 41,9% dari efek tersebut. Sisanya 58,1% disebabkan oleh faktor lain di luar penelitian.

### **C. Saran**

Bersandarkan hasil penelitian dan ringkasan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka saran yang bisa diajukan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada perusahaan UD. Rambak Ikan cap Kuda Laut akan selalu menjaga kualitas produk sehingga pembeli selalu merasa puas saat mengkonsumsi Rambak Ikan dan selalu membeli barang secara terus-menerus.
2. Perusahaan harus selalu menjaga kualitas kehalalan produk yang dihasilkan agar konsumen selalu merasa aman, percaya dan memutuskan untuk membeli. Perusahaan harus selalu menjaga citra merek perusahaan dengan baik

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Kotler, Philip dan Kevin, Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia. (Jakarta: PT. Indeks, 2007)

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Dan Iklan Pangan.

Rjofita, Hendra. *Strategi Pemasaran*, (Pekanbaru : CV . Mutiara Pesisir Sumatera, 2019)

Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta CV, 2018).

Tjiptono, Fandy. *Pelanggan Puas* (Yogyakarta: Andi, 2017)

### SKRIPSI DAN JURNAL

Agussalim, M., & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317-335.

Alim, S. A., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 127-134.

Anjang, Sudrajat. 2018. *“Analisa Pengaruh Pencantuman Merek, Kemasan, Label Halal, Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Cepat Saji Waralaba Internasional Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi”*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Ariasa, Muhammad dkk. (2020) Pengaruh Atribut Produk, Persepsi Nilai, Pengalaman Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang yang di Mediasi Oleh Kepuasan, *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 9, no.04

Arief, Setiawan. 2020. *”Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang”*. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Bagus, Riski. *“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim”*

Bunga, Aditi. 2017. *“Analsis Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen UMKM Di Kota Medan”* (USU Press, STIE Harapan 2017), hal.14

CHULUQ, I. N. (2019). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN SERTIFIKASI HALAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ROCKET CHICKEN WLINGI BLITAR.

Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen*, 9(8), 2895-2914.

Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1), 176-188.

Hasibuan, H. A., Nasution, M. D. T. P., & Anggraini, F. (2017). The effect of halal label, halal awareness and brand image on consumer intention to buy. *International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary*, 3(11), 140

Iriani, E., & Aida, N. (2019). Moderasi Citra Merek atas Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Xiaomi. *JAMSWAP*, 4(5), 8-19.

KHURI, A. (2021). ANALISIS PENGARUH CITRA MREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI DENGAN

PENGETAHUAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Kasus Pada Konsumen Kopi Berlian SAE Kemloko Temanggung).

Madevi, F., Yulianto, E., & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli (Survei Online Pada Pengikut Akun Instagram@ safiindonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 77(1), 20-29.

Mahfuz, M. (2022). *Pengaruh labelisasi halal, kualitas produk dan harga terhadap tingkat penjualan produk UMKM (usaha mikro kecil menengah) kopi di Kabupaten Lombok Utara* (Doctoral dissertation, UIN Mataram).

Nurhayati, Khairun. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang*, Publikasi Ilmiah.

Nur Pratiwi, Yuanita. 2018 “*Pengaruh Label Halal Dan Citra Merek Terhadap Perilaku Pembelian Kosmetik Sariayu Dengan Religiusitas Sebagai variabel Moderating*” Skripsi Universitas Islam Indonesia

Putra, M. C. S. D., & Ekawati, N. W. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa. *E-Jurnal Manajemen*, 6(3), 1674-1700.

- Putri, A. K. P., & Suratno, I. B. (2021). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BRAND H&M. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Akuntansi*, 14(2), 19-30.
- Rahmawati, Nur. 2019. “Pengaruh Resepsi Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening”. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- Segati, A. (2018). *PENGARUH PERSEPSI SERTIFIKASI HALAL, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP PERSEPSI PENINGKATAN PENJUALAN (Studi pada Catering Aqiqah Nurul Hayat Yogyakarta)* (Master's thesis, UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA).
- Siregar, Sofyan. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan SPSS. cet. Ke-2. Jakarta ; Kencana
- Soleha, Illiatus. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Label Halal Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Kosmetik Zoya Malang, *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang*.
- Sudarti, Ken dan Salim Bakhrul Ulum, 2019, *Peran Sikap Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Religiusitas dan reputasi merek Terhadap Minat Beli Ulang*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No.2

Segati, A. (2018). Pengaruh persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap persepsi peningkatan penjualan. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 159-169.

Vevi Yanti, Neno. 2019. *Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian ulang Produk Rabbani*, Bengkulu

Wiryanthy, N., & Santoso, S. (2018). Pengaruh harga, citra merek dan kualitas terhadap minat beli produk private label. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 1(2), 87-96