

**PENGARUH *PUBLIC RELATION*, LABEL HALAL DAN
KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KRIPIK TEMPE ACINTIA**

SKRIPSI

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



Oleh :

LISNA WULANTIKA
NIM. 20131215535

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

**PENGARUH *PUBLIC RELATION*, LABEL HALAL DAN
KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KRIPIK TEMPE ACINTIA**

SKRIPSI

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



Oleh :

LISNA WULANTIKA
NIM. 20131215535

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lisna Wulantika

NIM : 2013215533

Judul Skripsi : Pengaruh Public Relation, Label Halal dan Ketersedi
Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Ter
Acintia

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kec
dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apal
Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka s
bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 16 Mei 2022

Yang Menyatakan



Lisna Wulantika

NIM. 2013215535

NOTA PEMBIMBING

Marlina, M.Pd.

Jl. Perum Pisma Griya Asri Blok A No.5 Denasri Kulon, Batang

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Lisna Wulantika

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 dengan ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : **Lisna Wulantika**

NIM : **2013215535**

Judul Skripsi : **Pengaruh *Public Relation*, Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Tempe Acintia**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 18 Mei 2022

Pembimbing,



Marlina, M.Pd.

NIP. 19820530 200501 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan @iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **LISNA WULANTIKA**

NIM : **2013215535**

Judul : **Pengaruh *Public Relation*, Label Halal Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Tempe Acintia**

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 24 Mei 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Drs. Achmad Tubagus Surur, M.Ag
NIP. 19691227 199803 1 004

Penguji II

Syamsul Arifin M.E.
NITK. 19890831 202001 D1 027

Pekalongan, 30 Mei 2022

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

*“Yang Susah Itu Bukan Memperjuangkan Bukan Pula
Mempertahankan Namun Memperjuangkan Apa Yang
Sudah Kita Dapatkan”*

-L. Wulantika-

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Institut Agama Islam Negeri Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi semua orang yang membacanya. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan dan materiil maupun non materiil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang berperan dalam membantu penelitian skripsi ini :

1. Kedua orang tua saya Bapak Wanuri dan Ibu Churipah yang telah mendukung dan mengijinkan saya masuk kuliah tahun 2015
2. Suami tercinta Muhammad Makmur, S.Pd.I yang selalu menemani dan mengambil alih tanggungjawab dalam perjalanan kuliah saya
3. Anak pertamaku Muhammad Yordan Bimo Xavier yang aktif dan ceria
4. Ibu dan Bapak mertua yang mendukung untuk saya menyelesaikan kuliah
5. Sahabat-sahabat saya Solekha, Nabila Alawiyah dan Almh.Suci Wijayanti yang memotivasi saya menyelesaikan kuliah ini
6. Dosen Pembimbing Skripsi Ibu Marlina, M.Pd yang senantiasa sabar menghadapi saya
7. Bapak Muhammad Aris Safii M.E.I selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah

ABSTRAK

Wulantika, Lisna. Pengaruh *Public Relation*, Label Halal Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Tempe Acintia

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) mempunyai peran penting dalam menumbuhkan perekonomian. Saat ini banyak sekali pelaku usaha melakukan terobosan atau inovasi produk. Seperti produk Kripik Tempe Acintia yang berlokasi di Desa Donowangun Kecamatan Talun Kabupaten Pekalongan. Usaha ini masih tergolong baru sehingga memerlukan strategi untuk menarik minat pembeli. Dalam dunia usaha ada banyak tantangan yang harus dihadapi pelaku usaha terutama dalam mencari informasi produk yang diharapkan oleh konsumen. Tujuannya adalah agar konsumen puas terhadap produk yang di beli dan memutuskan untuk loyal terhadap produk yang di tawarkan. Salah satunya dengan peningkatan *Public Relation*, label halal dan ketersediaan produk agar pembeli semakin tertarik.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Maksudnya, penelitian ini menggunakan data-data yang diperoleh dari studi lapangan dengan cara mengamati, mencatat dan mengumpulkan berbagai informasi dan data yang ditemukan di lapangan melalui studi kasus dan survey. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Donowangun Kecamatan Talun Kabupaten Pekalongan. Waktu pelaksanaan penelitian ini adalah Bulan September sampai Oktober 2022. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Rao Purba sehingga di dapatkan sampel sejumlah 100 responden.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: 1) *Public Relation* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kripik tempe Acintia, 2) Label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 3) Ketersediaan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan 4) *Public Relation*, label halal dan ketersediaan produk secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kripik tempe Acintia. Hasil menunjukkan bahwa 67,1% variabel *public relation* (X1), label halal (X2) dan ketersediaan produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 67,1%. Sedangkan sisanya 32,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata kunci: *Public Relation*, label halal, ketersediaan produk, keputusan pembelian

ABSTRACT

Wulantika, Lisna. The Effect of Public Relations, Halal Labels and Product Availability on Purchase Decisions for Acintia Tempe Chips.

MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) have an important role in growing the economy. Currently, many business actors make breakthroughs or product innovations. Such as Acintia Tempe Chips product which is located in Donowangun Village, Talun District, Pekalongan Regency. This business is still relatively new so it requires a strategy to attract buyers. In the business world, there are many challenges that must be faced by business actors, especially in finding product information that is expected by consumers. The goal is that consumers are satisfied with the products purchased and decide to be loyal to the products offered. One of them is by increasing Public Relations, halal labels and product availability so that buyers are more interested.

This type of research is field research (field research). That is, this research uses data obtained from field studies by observing, recording and collecting various information and data found in the field through case studies and surveys. This research was conducted in Donowangun Village, Talun District, Pekalongan Regency. The implementation time of this research is September to October 2022. The sampling technique use the Rao Purba formula so that a sample of 100 respondents is obtained.

The results of this study concluded that: 1) Public Relations had a positive and significant effect on purchasing decisions for Acintia tempeh chips, 2) Halal labels had a positive and significant effect on purchasing decisions, 3) Product availability had a positive and significant effect on purchasing decisions and 4) Public Relations, Halal label and product availability together or simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions for Acintia tempeh chips. The results show taht 67,1% of variables of public relations (X1), halal labels (X2) and product availability (X3) on purchase decisions (Y) the results is 67,1%. while the rest 32,9% is influenced or explained by other factors not examined in this study.

Keywords: Public Relations, halal label, product availability, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis diberikan kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh *Public Relation*, Label Halal Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Tempe Acintia ”. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini di tulis dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim ,M.Ag. selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr.Shinta Dewi Rismawati, S.H.M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safii, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. Bapak Dr. H. Mubarak, Lc.,M.S.I selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Ibu Marlina M.Pd selaku dosen pembimbing skripsi dan seluruh dosen IAIN Pekalongan
6. Pihak dari Kripik Tempe Acintia Mas Winarto dan Mbak Winarsih yang telah mengijinkan saya melakukan penelitian
7. Kedua orang tua saya Bapak Wanuri dan Ibu Churipah
8. Suami saya Muhammad Makmur S.Pd.I dan anakku Muhammad Yardan Bimo Xavier yang saya cintai

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Pekalongan, 16 Mei 2022

Penulis



Lisna Wulantika
NIM. 2013215535

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ASTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Perilaku Konsumen.....	7
B. Keputusan Pembelian.....	9
C. <i>Public Relation</i>	12
D. Label Halal.....	14
E. Ketersediaan Produk	15
F. Penelitian Terdahulu.....	16
G. Kerangka Berpikir	20
H. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	24
B. <i>Setting</i> Penelitian dan Waktu Penelitian	25
C. Variabel Penelitian dan Definisi Variabel Operasional	25

D. Populasi, Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	30
G. Sistematika Penelitian.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Hasil Penelitian.....	40
B. Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP	59
A. Simpulan	59
B. Saran	60
C. Keterbatasan Penelitian.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

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 tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah 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.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	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	Ẓa	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
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. Ta' Marbutah

- Ta' Marbutah yang hidup mendapat harakat fathah, dhumma, dan kasrah dilambangkan dengan “t”.
- Ta' Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun dilambangkan

dengan “h”

4. 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:

ربنا	ditulis	<i>Rabbana</i>
نزل	ditulis	<i>Nazzala</i>

5. Kata Sandang

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Contoh:

الشمس	ditulis	<i>Asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>Ar-rojulu</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>Al-qamar</i>
البيدع	ditulis	<i>Al-badi'</i>

6. Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, harus hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (').

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>Syai'un</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu, 16
Tabel 3.1	Definisi Variabel Operasional, 26
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 40
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, 41
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan, 41
Tabel 4.4	Hasil Pengujian Variabel <i>Public Relation</i> , 43
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Variabel Label Halal, 43
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Variabel Ketersediaan Produk, 44
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Variabel Keputusan Pembelian , 44
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Uji Reliabilitas, 45
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Uji Kolmogorov Smirnov, 46
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Uji Multikolinearitas, 47
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Uji Analisis Regresi Linier Berganda , 49
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Uji t, 51
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Uji F, 53
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Uji Koefisien Determinasi, 54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir, 20

Gambar 4.1 Hasil Pengujian Uji Heteroskedestisitas, 48

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner, I
- Lampiran 2 Data Mentah Penelitian, V
- Lampiran 3 Hasil Olah Data, XI
- Lampiran 4 Dokumentasi, XIV
- Lampiran 5 Surat Keterangan Melakukan Penelitian, XVI
- Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup, XVII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) mempunyai peran penting dalam menumbuhkan perekonomian. Saat ini banyak sekali pelaku usaha melakukan trobosan atau inovasi produk. Seperti produk Kripik Tempe Acintia yang berlokasi di Desa Donowangun Kecamatan Talun Kabupaten Pekalongan. Usaha ini masih tergolong baru sehingga memerlukan strategi untuk menarik minat pembeli. Dalam dunia usaha ada banyak tantangan yang harus dihadapi pelaku usaha terutama dalam mencari informasi produk yang diharapkan oleh konsumen. Tujuannya adalah agar konsumen puas terhadap produk yang di beli dan memutuskan untuk loyal terhadap produk yang ditawarkan.

Ada banyak faktor dalam mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk, salah satunya adalah dengan melihat informasi yang dipaparkan melalui platform berupa media sosial ataupun *word mouth of mouth*. Informasi yang diterima masyarakat ataupun target konsumen harus menampilkan citra produk yang baik seperti yang di lakukan oleh produsen Kripik Tempe Acintia yaitu dengan mengikuti pelatihan tentang pengembangan UMKM dan mengikuti organisasi perkumpulan UMKM se-Kabupaten di Pekalongan. Produsen Kripik Tempe Acintia juga telah mendaftarkan usahanya ke dinas perdagangan sehingga produk ini telah

memiliki nomor ijin usaha. Hal tersebut diharapkan dapat meyakinkan konsumen bahwa produk ini merupakan produk yang tak hanya berkualitas namun juga taat pada peraturan pemerintah.

Usaha Kripik Tempe Acintia saat ini masih tergolong baru, kurang lebih sudah berjalan 3 tahun dari tahun 2019 sehingga masih memerlukan banyak sekali informasi yang harus digali tentang konsumen termasuk dengan keberadaan label halal yang tertera pada produk. Hal ini juga perlu diteliti apakah label halal juga mempengaruhi keputusan pembelian produk atau tidak. Sebagai konsumen muslim tentu label halal sangat diperlukan dalam membeli sebuah produk apalagi produk tersebut berupa makanan. Sehingga sangat tepat apabila suatu produk memberikan label halal yang resmi dikeluarkan oleh dinas terkait atau yang sudah diteliti kebenarannya bukan hanya label palsu. Sesuai dengan ketetapan Halal (*Halal Decree*) yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi Jawa Tengah Produk Kripik Tempe Acintia mengantongi Nomor 15100070270321 dan *Halal Assurance System Status* Nomor HAS1B4259/032021/ACI dengan masa aktif dari tanggal 19 Maret 2021 sampai 19 Maret 2023. Proses dari pembuatan sertifikat Halal kurang lebih 2 bulan. Sedangkan untuk Nomor Induk Berusaha (NIB) 0220108612098 yang diterbitkan tanggal 29 Juni 2020 oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal. Produsen Kripik Tempe Acintia sebelumnya juga telah mendaftarkan ke Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Pemerintah Kabupaten Pekalongan untuk mendapatkan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah

Tangga dengan Nomor P-IRT NO.2.15.3326.01.0256-25 pada tanggal 15 Juli 2020.

Ketersediaan produk seringkali menjadi faktor utama dalam menjalankan usaha bidang makanan terlebih lagi dalam keputusan pembelian. Apalagi makanan tersebut juga memiliki batas waktu kadaluarsa yang dapat mempengaruhi cita rasa. Biasanya konsumen akan mencari tahu informasi yang di sediakan dalam proses pemasaran, baik dengan melihat informasi pada tampilan produk seperti nomor yang dapat di hubungi ataupun langsung menghubungi produsen secara langsung terkait dengan ketersediaan produk. Produk Kripik Tempe Acintia di produksi secara langsung mulai dari pembuatan tempe menggunakan kedelai yang difermentasi kemudian dipotong sesuai bentuk yang diinginkan dan selanjutnya proses penggorengan. Semua aktivitas produksi dilakukan di rumah produsen dan karena usaha ini masih baru, juga belum bisa merekrut karyawan. Harga kedelai yang semakin melonjak juga mempengaruhi produktivitas. Keterbatasan-keterbatasan tersebut dapat mempengaruhi ketersediaan produk, sehingga produsen memerlukan ketelitian dalam memasarkan produknya.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang pemasaran produk. Seperti dalam peningkatan kualitas produk, pembahasan tentang keinginan konsumen atau membahas pelayanan yang di tawarkan. Namun pada penelitian ini peneliti juga akan melihat dari faktor konsumen yang merupakan warga muslim pedesaan, yaitu di Desa Donowangun Kecamatan Talun Kabupaten Pekalongan. Gaya hidup dan lingkungan

pedesaan tentu akan mempengaruhi pola konsumsi masyarakatnya. Sehingga peneliti juga memiliki tujuan untuk melihat pemasaran produk yang targetnya lebih didominasi oleh warga pedesaan. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang keputusan pembelian, seperti pada penelitian tentang Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia Manado yang menerangkan bahwa ketiga variabel yang dipilih berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Bulele, 2016). Adapun penelitian tentang Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul (Ahmad dkk, 2021) menerangkan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk yang di jual. Dengan hal ini, peneliti berusaha membantu produsen agar mendapat informasi yang terukur untuk menentukan keputusan penjualan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, dapat disimpulkan bahwa alasan penulis meneliti hal tersebut karena ingin membantu UMKM dalam menjalankan usahanya. Banyaknya informasi yang perlu di gali dari konsumen sehingga membutuhkan penelitian yang valid agar langkah-langkah yang diambil produsen efektif dan efisien.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian yaitu :

1. Apakah *Public Relation* berpengaruh pada keputusan pembelian Kripik Tempe Acintia?
2. Apakah label halal berpengaruh pada keputusan pembelian Kripik Tempe Acintia?
3. Apakah ketersediaan produk berpengaruh pada keputusan pembelian Kripik Tempe Acintia?
4. Apakah *public relation*, label halal, dan ketersediaan produk secara simultan berpengaruh pada keputusan pembelian Kripik Tempe Acintia?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam skripsi ini diantaranya untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *public relation* terhadap keputusan pembelian Kripik Tempe Acintia
2. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Kripik Tempe Acintia
3. Untuk mengetahui pengaruh ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian Kripik Tempe Acintia
4. Untuk mengetahui pengaruh *public relation*, label halal dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian Kripik Tempe Acintia.

D. Manfaat Penelitian

Adanya sebuah penelitian diperuntukan guna mengambil kegunaan dari penelitian, diharapkan dapat memberi kontribusi, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai sarana dalam pengembangan teori terkait pembahasan yang berhubungan substansi yang sama, terutama yang berhubungan dengan keputusan pembelian, adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pembaca sebagai sarana dalam menambah ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi tentang substansi pembahasan terkait *Public Relation*, label halal dan ketersediaan produk. Selain itu penulis berharap terutama bagi:

a) Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman dan informasi yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai landasan serta memberikan acuan yang dapat mengembangkan informasi tentang perilaku konsumen terkait keputusan pembelian.

c) Bagi IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam informasi wirausaha terutama terkait dengan perkembangan UMKM.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Public Relation* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kripik tempe Acintia, karena di dapat hasil uji t dengan nilai t-hitung > t-tabel atau $4,104 > 1,660$ dan sig. $0,000 < \alpha = 0,05$.
2. Label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kripik tempe Acintia, dengan didapat hasil uji t sebesar 4,095 atau t-hitung > t-tabel atau $4,095 > 1,660$ dengan sig. $0,000 < \alpha = 0,05$
3. Ketersediaan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kripik tempe Acintia, dengan didapat hasil uji t sebesar 3,726 atau t-hitung > t-tabel atau $3,726 > 1,660$ dengan sig. $0,000 < \alpha = 0,05$.
4. *Public Relation*, label halal dan ketersediaan produk secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kripik tempe Acintia, dengan didapat hasil uji f dengan nilai f-hitung > f-tabel atau $51,494 > 2,47$ dan nilai signifikan yang dihasilkan 0,000 lebih kecil dari level of significant 0,05.

B. Saran

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas variabel dan dapat pula untuk meneliti bidang lain dari variabel-variabel terkait dengan pemasaran produk dan pendukungnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu meneliti faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian kripik tempe Acintia dan tidak lupa menambahkan subjek penelitian dengan latar belakang yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independen yang mempengaruhi keputusan pembelian. Masih terdapat beberapa variabel independen lain yang mampu menjelaskan dan kemungkinan memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti. Karena responden yang cenderung kurang teliti terhadap pernyataan yang ada sehingga terjadi tidak konsisten terhadap jawaban kuesioner

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mannan. 1997. *Teori dan Praktek EkonoI Islam*, Terjemahan Drs. M. Nastangin. Yogyakarta: PT Dana Bakhti Prima Yasa
- Ahmad Ulil Albab et.al. (2022). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya Vol 4 (1)*
- Alfian, Ian (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan. *At-tawasuth Vol. 2(1)*
- Apriando P. Joni, Soesanto, Harry & Idriani, Farida. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol 18 (2)*
- Ariprayugo, Galih & Budi S. Suryono. (2016). Analisis Pengaruh Advertising dan Public Relation Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hujau (Studi Pada Pengguna Produk Jijau The Body Shop Semarang. *Diponegoro Journal of management vol.5 (2)*
- Armanda Yudha. (2022). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan pembelian Motor yamaha Merek Nmax di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau
- Astuti, Rini & Hakim M., Ali. (2022). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Megister Manajemen vol.4 (1)*
- Azwar, Saifudin. 1999. *Metode Penelitian*. Yokyakarta: Pustaka Belajar
- Bulele, Y.Ester. (2016). Analisis Pengaruh Citra Toko, Pengaruh pelayanan dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gramedia Masnado. *Junal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol 2*
- Butterick, Keith. (2013). *Pengantar Public Relation: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Djaslim Saladin. 2000. *Konsep Dasar Ekonomi Dan Lembaga Keuangan Islam*. Bandung: Linda Karya
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Cet. Ke 5. Semarang: BP Undip
- Hendrie Anto. 2003. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia

- Kevin, E.,A., Victor P.K, & Sjendry S.R. (2016). Pengaruh Public Relation dan Strategi Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Samsung S5 di Manado, *Jurnal Berkala Efisiensi* vol. 16(02)
- Kotler, Philip & Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran "Segmentasion 9 Elemen Marketing"*. Bandung : PT. Mizan Pustaka
- . 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Latan, Hengki dan Selva. (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta
- Lili Muhammad Sadeli dan Maman Lukas. 2000. *Pengantar Bisnis Ilmu Menjual*. Jakarta: Bumi Aksara
- Machali. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: MPI UIN Sunan Kalijaga
- Maulana, Ardhi & Mulyana, Mumuh. (2020). Analisi Public Relation dan Sales Promotion Terhadap minat beli Pada Produk Starbuks di Kota Bogor, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* vol. 8(2)
- Mawardi. 2007. *Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Alaf Riau
- Muzakar Isa, Ahmad Mardalis, Liana Mangifera. 2017. *Analisis Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan dan Minuman di Warung Hik*. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v20i1.6590>
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nugroho, Wahyu A. & Anwar, Khoirul. (2020). Hubungan Religiusitas dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Non Makanan dan Minuman. *Jurnal Manajemen Vol. 10 (1)*
- P.L.Bulan, Tengku, Fazrin, Khairul, & Rizal.M (2017). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinderjoy Pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol. 6 (2)*
- Pakpahan, Hermiyanti H. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Implikasinya Pada Kepuasan Konsumen Obat Sakit Kepala*. Skripsi. Universitas Mercu Buana Jakarta

- S.A., Supriyanto & Vivin, Maharani. (2013). *Metodologi Penelitian Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press
- Sari, Desi N., Noorlitaria, G & Asnawati. (2018). Pengaruh Public Relation dan Strategi Periklanan Terhadap Keputusan pembelian Produk samsung Galaxy, *Jurnal Manajemen Vo. 10 (1)*
- Siti Choirun Nisak, A. Ratna Pudyaningsih, Sri Hastari. 2020. *Pengaruh Kualitas Makanan Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Mr. Crunch*. <http://dx.doi.org/10.47335/ema.v5i2.52>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta Press
- , (2014). *Statistika Untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sukardi. (2005). *Metodologi Penelitian Pendidikan, Kompetensi, dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara
- Syahrums dan Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media
- Umar, Sendi. (2017). Analisis Pengaruh Advertising dan Public Relation Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Gorontalo. *Jurnal Manajemen Vol. 10 (1)*.
- Widya Sela Lestaria dan Abdul Yusuf. 2019. *Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang*. Jurnal Ekonomi Manajemen. Volume 5 Nomor 2 (November 2019) 94-101 <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- W. Kurniawan, Agung & P., Zarah. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku
- Yunitasari, Vivi & Anwar, Khoirul. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam 2 (1)*