

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK
DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS ROCKET CHICKEN CABANG WIRADESA)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

AINA FATHIA HAYA

NIM. 4121129

**PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK
DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS ROCKET CHICKEN CABANG WIRADESA)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

AINA FATHIA HAYA

NIM. 4121129

**PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Aina Fathia Haya

NIM : 4121129

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Rocket Chicken Di Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah Penulis sebutkan sumbernya. Demikian Pernyataan ini Penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 22 Oktober 2025

Yang menyatakan,

A blue rectangular stamp with a white border. Inside the stamp, there is a small emblem of a bird (likely a Garuda) at the top. Below the emblem, the text "METERAI" is visible, followed by "PEKALONGAN" and "2025". The stamp is partially obscured by a handwritten signature in black ink.

Aina Fathia Haya

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Aina Fathia Haya

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : Aina Fathia Haya

NIM : 4121129

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Rocket Chicken Di Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera di munaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 22 Oktober 2025

Pembimbing,



Wilda Yulia Rusyida, M.Sc.
NIP. 19911026201903201



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

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

Nama : Aina Fathia Haya

NIM : 4121129

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Wiradesa)

Dosen Pembimbing : Wilda Yulia Rusyida, M.Sc.

Telah diujikan pada Hari Jum'at tanggal 31 Oktober 2025 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. Hendri Hermawan A, S.E.I., M.S.I
NIP. 198703112019081001

Penguji II

Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I
NIP. 199002122019031006

Pekalongan, 4 November 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H.A.M. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 1978061620031210003

MOTTO

“Allah memang tidak menjanjikan hidup hambanya akan selalu mudah, tetapi dua kali Allah berjanji bahwa: fa inna ma’al-‘usri yusra, inna ma’al-usri yusra”
(QS. Al-Insyirah: 5-6)

“Mulailah sesuatu dengan Bismillah, bersabar, berusaha dan selalu tersenyumlah dalam melakukannya. Dan bersyukurlah dengan hasil yang diperoleh yakinlah Allah SWT., selalu bersamamu. Karena tidak ada hasil yang mengkhianati usaha”



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 Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisa Skripsi ini:

1. Kepada kedua orang tua, Papa Zakaria dan Ibu Yuliati, yang selalu melangitkan do'a-do'a supaya penulis dipermudah setiap langkahnya dan menjadikan motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih Papa dan Ibu yang sudah mengorbankan segalanya dan selalu mengusahakan semuanya agar penulis bisa menempuh bangku perkuliahaan sampai selesai dan terimakasih atas support yang diberikan. Skripsi ini penulis persembahkan untuk Papa dan Ibu, semoga melalui skripdi ini hingga memperoleh gelar sarjana bisa menjadi awal dalam membahagiakan dan membanggakan Papa dan Ibu dan keluarga. Terimakasih Papa dan Ibu selalu ada untuk penulis. Sehat selalu Papa dan Ibu hidup lebih lama ya. *I love you more.*
2. Kakak Rhesa Ardiansyah, terimakasih selalu menjadi garda terdepan, memberikan motivasi, semangat dan memberikan dukungan selama ini. Dapat memberikan pengaruh positif baik dalam bidang akademik maupun non akademik, serta berusaha menjadi panutannya dimasa yang akan datang kelak. *I love you more.*
3. Adek Dinar Yazida, terimakasih sudah menjadi sumber kebahagiaan dan semangat dalam langkah penulis. Dik, hiduplah dari kakakmu, teruslah berjuang dan jasi pribadi yang selalu membawa kebanggan bagi keluarga. *I love you mere.*

4. Wilda Yulia Rusyida, M.Sc selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) terimakasih atas arahan, nasehat, motivasi, semangat dan rela meluangkan waktu dan bimbingan dengan baik sehingga skripsi ini bisa selesai.
5. Nur Fani Arisnawati, S.E.Sy., M.M selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA), terimakasih sudah memberikan nasehat dan arahan kepada penulis.
6. Sahabat semasa perkuliahaan, terimakasih yang tulus penulis sampaikan kepada Putri Wulan Sari, Fina Qoif Fiana, Siti Karomatun Nisa', Kautsar Faida Rakhman, Rahma Septiani, Triana, dan Mariyatul Khusniah, sahabat seperjuangan yang telah kebersamai langkah ini sejak semester satu hingga saat ini. Kita telah melalui tawa, lelah, bahkan tangis bersama dalam setiap perjalanan kuliah yang penuh cerita. Kelak, ketika waktu membawa kita pada jalan masing-masing, pasti akan ada rasa rindu pada masa-masa indah ini. Semoga persahabatan ini senantiasa terjaga selamanya dan selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan serta kesuksesan.
7. Sahabat Muawanah, awalnya penulis mengenalmu saat kegiatan KKN, dan semula mengira hubungan kita hanya sebatas rekan KKN. Namun setelah KKN berakhir, siapa sangka kita justru menjadi sangat dekat. Terima kasih telah selalu memberikan semangat dan dukungan. Semoga persahabatan ini senantiasa terjaga selamanya, dan semoga kita selalu diberi kesehatan
8. Terimakasih telah bertahan sejauh ini. Terimakasih telah memilih untuk tidak menyerah, meskipun jalan yang ditempuh tidak selalu mudah. Perkuliahan ini memang tidak selesai tepat di delapan semester, namun setiap langkah yang dilewati penuh perjuangan, air mata, dan pembelajaran berharga. Peneliti bangga pada dirinya yang pernah lelah ragu, namun tetap memilih untuk melangkah dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih sudah bertahan ditengah rasa taut dan tekanan yang begitu terasa berat . kini, semua usaha dan kesabaran itu terbayarkan bukan karena hasilnya sempurna, tetapi karena aku telah membuktikan bahwa penulis mampu. Namun, perjalanan ini belum berakhir. Masih banyak mimpi dan cita-cita yang menunggu untuk diwujudkan. Semoga semangat, keyakinan, keberanian ini selalu menemani setiap langkah menuju masa depan yang baik. Terimakasih diriku kamu luar biasa.

ABSTRAK

AINA FATHIA HAYA. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Rocket Chicken Cabang Wiradesa).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga produk, dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening. Studi ini dilakukan pada Rocket Chicken Cabang Wiradesa. Latar belakang ini didasarkan pada peningkatan persaingan usaha kuliner yang menuntut setiap perusahaan untuk memperhatikan kualitas produk, harga yang sesuai, serta jaminan kehalalan produk agar mampu meningkatkannya kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen Rocket Chicken Cabang Wiradesa. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan bantuan program SPSS26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga produk, dan labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung kualitas produk sebesar $15,217 > t$ tabel $1,985$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; t hitung harga produk sebesar $-10,832 > 1,985$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$; serta t hitung labelisasi halal sebesar $-3,064 > 1,985$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Selain itu, kualitas produk, harga produk, dan labelisasi halal juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung masing-masing sebesar $3,186$; $2,137$; dan $3,681$, dengan tingkat signifikansi di bawah $0,05$. Sementara itu, kepercayaan konsumen juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $6,001 > 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Namun, hasil analisis jalur menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen tidak mampu memediasi pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap keputusan pembelian, karena nilai pengaruh langsung lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung ($1,276 > 0,592$ dan $-0,407 > -0,334$). Sebaliknya, kepercayaan konsumen dapat memediasi pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian, karena nilai pengaruh tidak langsung lebih besar daripada pengaruh langsung ($-0,107 > -0,042$).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas produk, harga produk, dan labelisasi halal merupakan faktor penting dalam membentuk kepercayaan konsumen serta memengaruhi keputusan pembelian. Kepercayaan konsumen terbukti menjadi variabel yang mampu menjembatani pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian, namun belum dapat berperan sebagai mediator pada hubungan antara kualitas produk dan harga produk dengan keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga Produk, Labelisasi Halal, Keputusan Pembelian dan Kepercayaan Konsumen

ABSTRACT

Aina Fathia Haya. The Influence of Product Quality, Product Price, and Halal Labeling on Purchase Decisions with Consumer Trust as an Intervening Variable (Case Study at Rocket Chicken Wiradesa Branch).

This study aims to analyze the influence of product quality, product price, and halal labeling on purchase decisions with consumer trust as an intervening variable. The study was conducted at Rocket Chicken Wiradesa Branch. The background of this study is based on the increasing competition in the culinary business, which requires every company to pay attention to product quality, suitable prices, and halal product guarantees in order to increase consumer trust and purchase decisions.

This study uses a quantitative approach with a survey method through distributing questionnaires to respondents who are consumers of Rocket Chicken Wiradesa Branch. The data obtained is then analyzed using SPSS26 program. The results show that product quality, product price, and halal labeling have a positive and significant effect on purchase decisions. This is evidenced by the t-count value of product quality of $15.217 > t\text{-table } 1.985$ with a significance value of $0.000 < 0.05$; t-count value of product price of $-10.832 > 1.985$ with a significance value of $0.000 < 0.05$; and t-count value of halal labeling of $-3.064 > 1.985$ with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Additionally, product quality, product price, and halal labeling also have a positive and significant effect on consumer trust. This is shown by the t-count value of each variable, which is 3.186, 2.137, and 3.681, with a significance level below 0.05. Meanwhile, consumer trust also has a positive and significant effect on purchase decisions, as evidenced by the t-count value of $6.001 > 1.985$ and a significance value of $0.000 < 0.05$.

However, the path analysis results show that consumer trust is not able to mediate the influence of product quality and product price on purchase decisions, because the direct effect is greater than the indirect effect ($1.276 > 0.592$ and $-0.407 > -0.334$). On the other hand, consumer trust can mediate the influence of halal labeling on purchase decisions, because the indirect effect is greater than the direct effect ($-0.107 > -0.042$).

Overall, the results of this study confirm that product quality, product price, and halal labeling are important factors in shaping consumer trust and influencing purchase decisions. Consumer trust is proven to be a variable that can bridge the influence of halal labeling on purchase decisions, but it has not been able to play a role as a mediator in the relationship between product quality and product price with purchase decisions.

Keywords: Product Quality, Product Price, Halal Labeling, Purchase Decision, Consumer Trust

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan Rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Zaenal Mustaqim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. A.M. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Happy Sista Devy, M.M selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Nur Fani Arisnawati, S.E.Sy., M.M selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
6. Wilda Yulia Rusyida, M.Sc selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS)
7. Seluruh konsumen Rocket Chicken Kec. Wiradesa Kab. Pekalongan yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian yang saya lakukan guna penyusunan skripsi ini.
8. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan material dan moral.
9. Sahabat yang telah kebersamai dalam perkuliahan dan penyelesaian skripsi

ini.

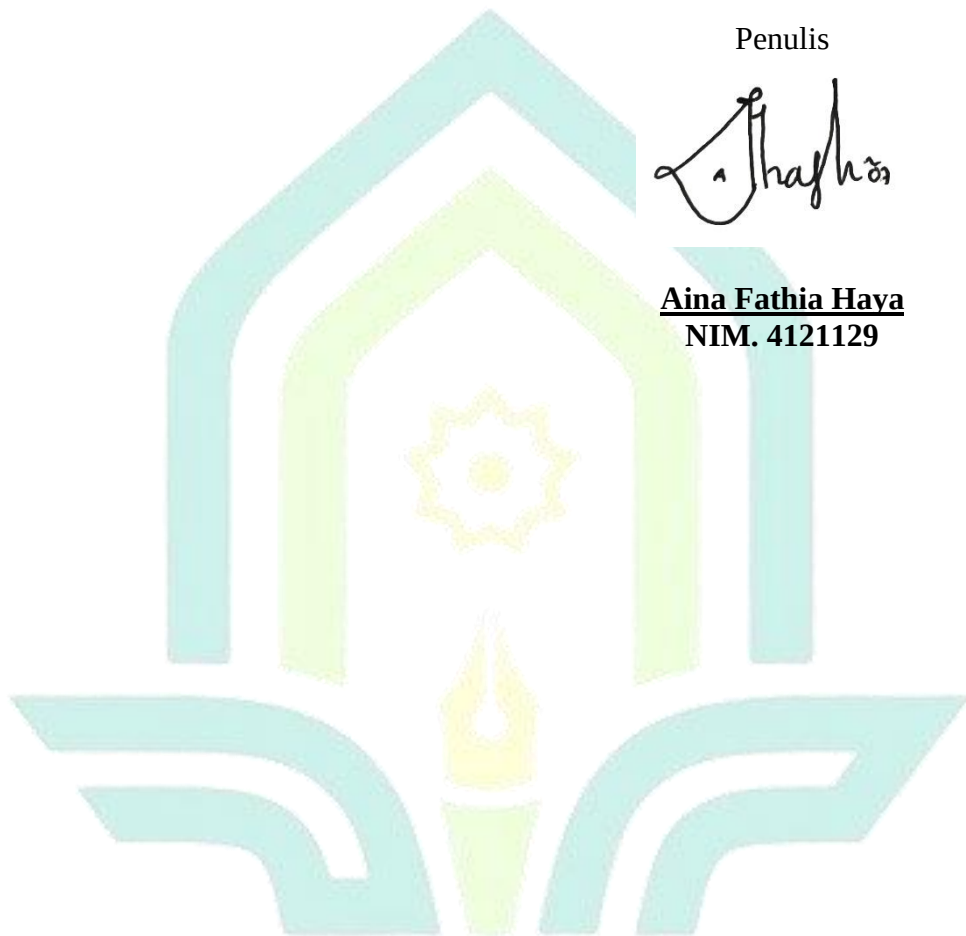
Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 22 Oktober 2025

Penulis



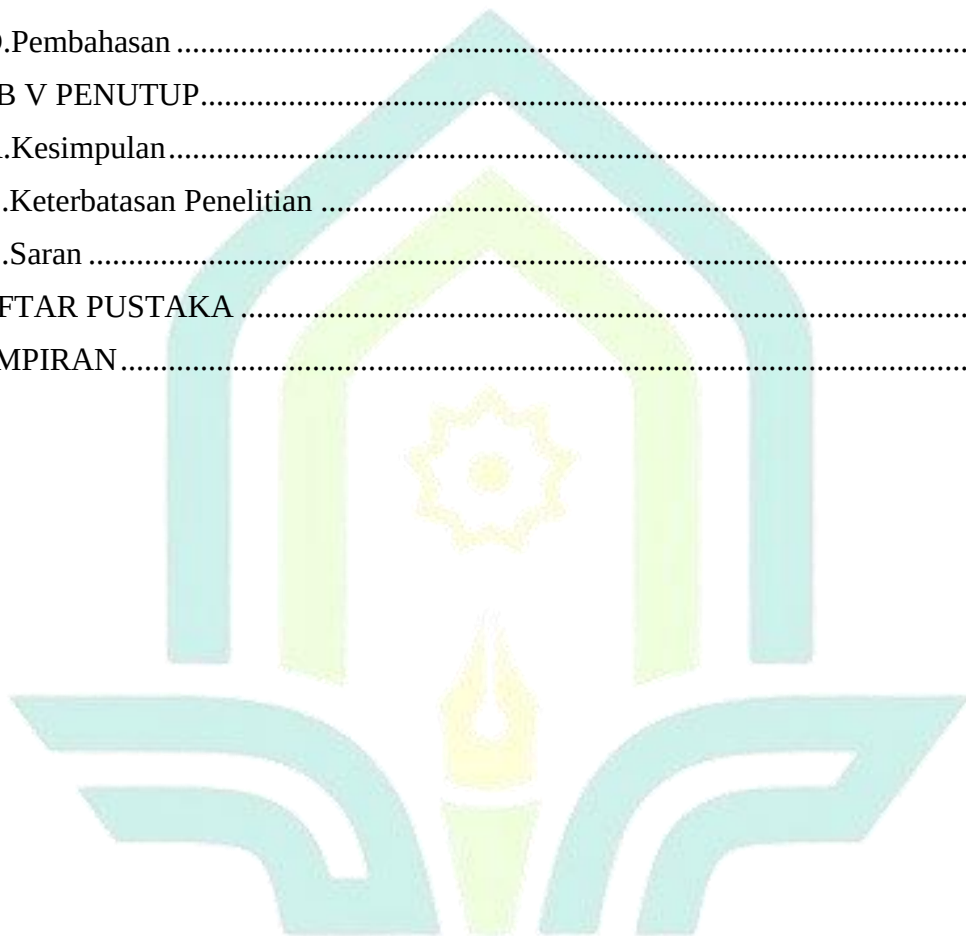
Aina Fathia Haya
NIM. 4121129



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR BAGAN	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat	10
D. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Landasan Teori.....	14
B. Telaah Pustaka	24
C. Kerangka Berpikir.....	29
D. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Metode Penelitian	38
B.Setting Penelitian	39
C.Populasi dan Sampel.....	39
D.Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional Penelitian	40

E.Sumber Data.....	42
F. Teknik Pengumpulan Data.....	43
G.Metode Analisis Data	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Profil Objek Penelitian	48
B.Diskripsi Data dan Karakteristik Responden.....	49
C.Analisis Data.....	51
D.Pembahasan	67
BAB V PENUTUP.....	83
A.Kesimpulan.....	83
B.Keterbatasan Penelitian	84
C.Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	I



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Latin yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surak Keputusan Bersama Menteri Agama Dan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan RI no. 158/1977 dan no. 0543 b/ U/1987

A. Konsonan

Fonem 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	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	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan 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	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ďad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (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.

1. 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

2. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وَ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

ذُكِرَ - žukira

يَذْهَبُ - yažhabu

سُئِلَ - su'ila

كَيْفَ - kaifa

هَوَّلَ - haula

C. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا...ى	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ي...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

رَمَى - ramā

قِيلَ - qīla

A. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1) Ta'marbutah hidup

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

2) Ta'marbutah mati

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

3) 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-aṭfāl -- raudatulatfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	- al-Madīnah al-Munawwarah - al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَة	- talḥah

B. 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
الْحَجِّ	- al-hajj

C. Kata Sandang

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

1. 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

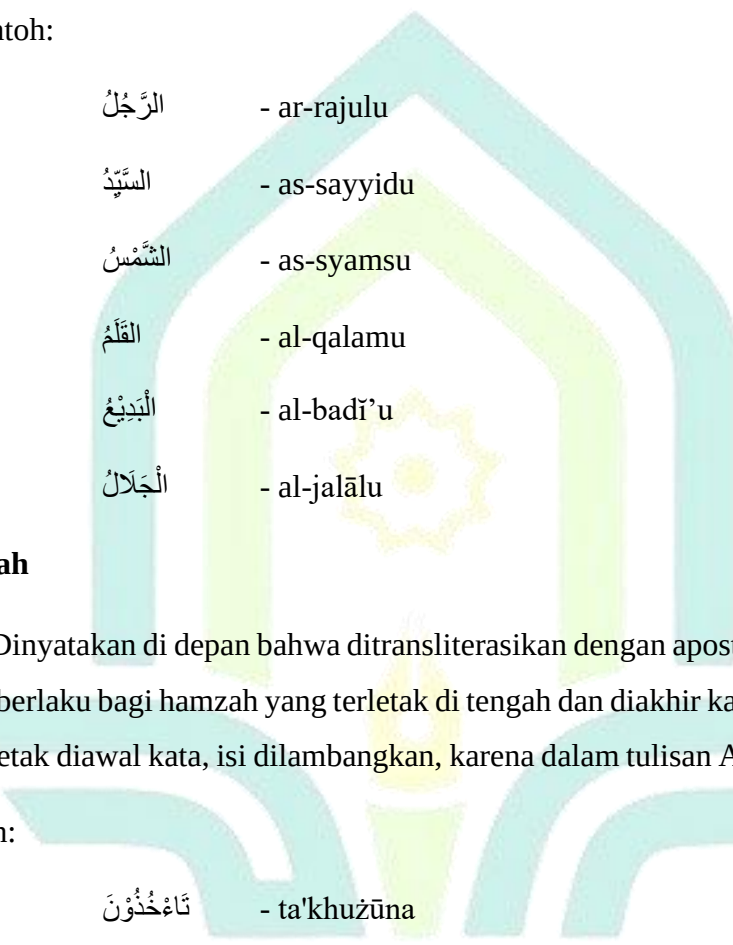
huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. 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.

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

Contoh:



الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
الْبَدِيعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

D. 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:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuḏūna
النَّوْءُ	- an-nau'
سَيِّئُ	- syai'un
إِنَّ	- Ina
أُمِرْتُ	- umirtu
أَكَلُ	- akala

E. 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:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ	Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīmūl-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhimajrehāwamursahā
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistaṭa'a ilaihi sabīla Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭa'a ilaihi sabīlā

F. 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 dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsil allaḏi bibakkat amubārakan

شَهْرُ رَمَاضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

Syahru Ramaḍān al-laẓī unẓila fīh al-Qur'ānu

Syahru Ramaḍān al-laẓī unẓila fīhil Qur'ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn

Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn

Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk 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:

نَصْرُ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Naṣrunminallāhiwafathunqarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amrujamī'an

Lillāhil-amrujamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāhabikullisyai'in 'alīm

G. 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

Tebel 1.1	Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kabupaten Pekalongan Jawa Tengah 2021-2024.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Definisi Oprasional Penelitian	40
Tabel 3.2	Bobot nilai angket yang ditentukan.....	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3	Uji Validitas	51
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.5	Hasil Uji Monte Carlo Persamaan 1.....	53
Tabel 4.6	Hasil Uji Monte Carlo	53
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan 1	54
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan 2	55
Tabel 4.9	Hasil Uji Glejser Persamaan I	56
Tabel 4.10	Hasil Uji Glejser Persamaan II.....	57
Tabel 4.11	Hasil Uji t Persamaan I.....	58
Tabel 4.12	Hasil Uji t Persamaan II	59
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan I.....	60
Tabel 4.14	Uji Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan II	61
Tabel 4.15	Pengaruh Langsung Variabel X terhadap Variabel Y	62
Tabel 4.16	Pengaruh Tidak Langsung Variabel X Terhadap Varaiabel Z.....	63
Tabel 4.17	Pengaruh Langsung Variabel Z Terhadap Variabel Y	65
Tabel 4.18	Hasil Analisis Jalur.....	66

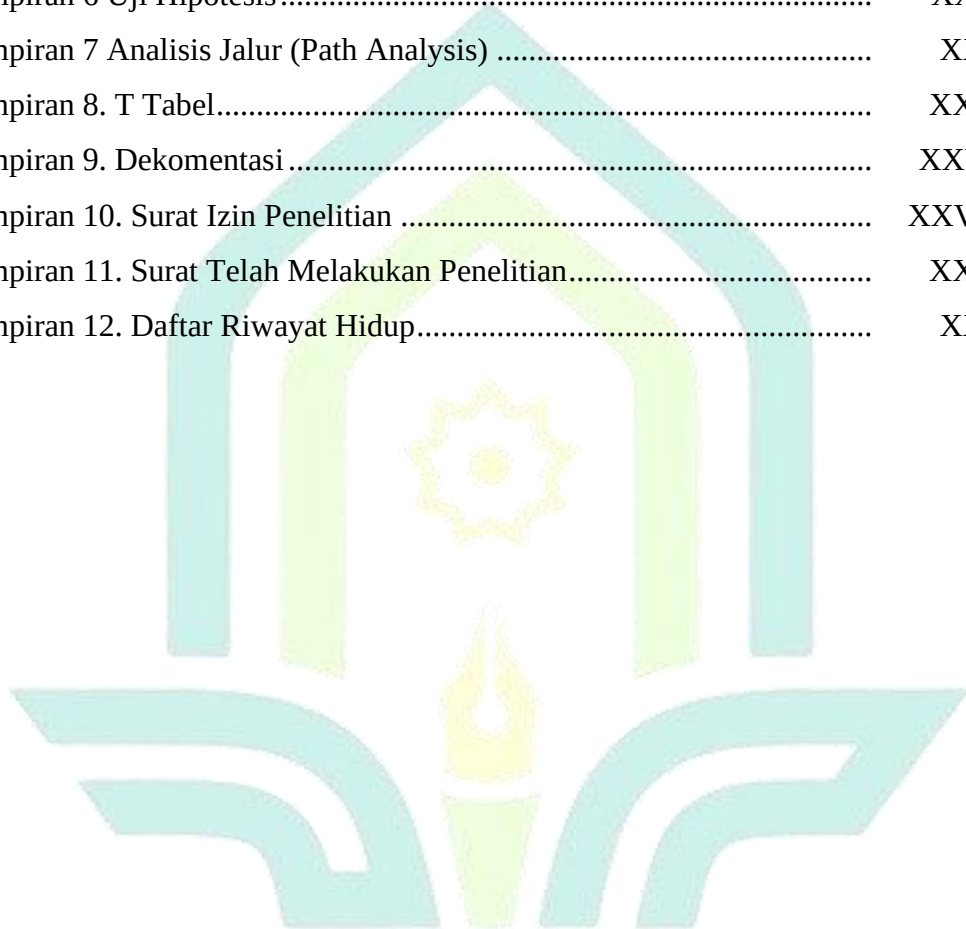
DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	28
Bagan 2.2 Kerangka Berpikir.....	28
Bagan 4.1 Hasil Variabel X Terhadap Y	62
Bagan 4.2 Hasil Variabel X Terhadap Variabel Z	64
Bagan 4.3 Hasil Variabel Z Terhadap Variabel	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	VII
Lampiran 3 Identitas Responden	XIV
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reabilitas.....	XV
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	XX
Lampiran 6 Uji Hipotesis.....	XXIII
Lampiran 7 Analisis Jalur (Path Analysis)	XXV
Lampiran 8. T Tabel.....	XXVI
Lampiran 9. Dekomentasi	XXVII
Lampiran 10. Surat Izin Penelitian	XXVIII
Lampiran 11. Surat Telah Melakukan Penelitian.....	XXIX
Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup.....	XXX



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia dalam aktivitasnya berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka, terutama dalam hal pangan. Bisnis seperti toko kelontong, restoran, toko serba ada, minimarket, dan lain-lain. Dalam dunia bisnis banyak memiliki pesaing yang sangat ketat, sehingga perusahaan pangan harus lebih inovasi dan kreatif agar bisa bertahan dan bisa mencapai untuk menjadi yang terdepan, perusahaan perlu memiliki keunggulan yang membedakan dengan pesaingnya. Perusahaan berupaya meningkatkan pertumbuhan dan keberlanjutan untuk mencapai kesuksesan jangka panjang. Di era sekarang, banyak pesaing bermunculan dalam dunia bisnis yang sama akibat tingginya tingkat perubahan, dengan ini perusahaan perlu menerapkan pendekatan yang efektif dalam kegiatan pemasaran untuk tetap bersaing di pasar dan memiliki kreativitas supaya menciptakan gagasan-gagasan dalam merancang strategi. Keberhasilan atau kegagalan dalam pemasaran suatu produk adalah suatu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Perusahaan asing membuka banyak restoran cepat saji di berbagai kota di Indonesia. Restoran cepat saji berkembang pesat di Indonesia karena banyak diminati masyarakat seperti KFC, McDonald's, Pizza Hut, Dunkin' Donuts, dan Hoka Bento. Hal ini menunjukkan restoran cepat saji yang berasal dari Amerika dan Jepang memiliki keunggulan yang lebih besar jika dibandingkan dengan restoran cepat saji Eropa yang ada di Indonesia. Salah satu faktor

penghambatnya adalah kecenderungan masyarakat lokal kurang antusias dalam menggunakan atau mengkonsumsi produk asing, seperti di sektor makanan cepat saji. Akibatnya, banyak bisnis di industri ini menjadi lebih kompetitif dalam upaya meningkatkan jumlah pelanggan dan memperkuat ikatan bisnis. Untuk mencapai tujuan ini, pemilik bisnis harus memperhatikan dan perlu dapat meningkatkan dan memperkuat loyalitas dan kepuasan pelanggan dengan cara yang bermakna (Syah et al., 2022).

Rocket Chicken resmi didirikan pada 21 Februari 2010, dengan memulai usahanya melalui pembentukan kemitraan serta memberikan pembinaan kepada calon pengusaha baru yang memiliki modal sesuai, agar dapat menjalani usaha kuliner baik secara individu maupun melalui badan hukum. Usai menempuh proses yang cukup panjang, beberapa restoran cepat saji dengan merek Rocket Chicken telah didirikan di berbagai provinsi, antara lain DIY, Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat (PT. Rocket Chicken Indonesia, 2019).

Usaha dibidang makanan, khususnya olahan chicken, menunjukan perkembangan yang sangat signifikan di Kabupaten Pekalongan saat ini. Perkembangan tersebut terlihat dari semakin banyaknya warung makan ayam geprek disekitar jalan Wiradesa. Dengan bertambahnya jumlah rumah makan yang berdiri, persaingan antara rumah makan pun semakin ketat. Salah satunya contohnya adalah Rocket Chicken yang berlokasi di Jl. A. Yani, Mayangan, Kec. Wiradesa, Kab. Pekalongan, Jawa Tengah.

Tabel 1.1
Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut
Kabupaten Pekalongan Jawa Tengah 2021-2024

URAIAN	TAHUN			
	2021	2022	2023	2024
Rumah Makan atau Restoran	32	34	35	35

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, (2025)

Berdasarkan data BPS Jawa Tengah, Kabupaten Pekalongan mengalami peningkatan jumlah rumah makan atau restoran yang konsisten dari tahun 2021 hingga 2024, menunjukkan pertumbuhan sektor kuliner yang pesat dan berpotensi meningkatkan perekonomian lokal.

Pengembangan orientasi pasar memungkinkan perusahaan menarik lebih banyak pelanggan serta bersaing secara efektif dengan para kompetitor. Salah satu faktor kunci dalam meraih kesuksesan merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola dan mengoptimalkan sumber dayanya untuk menciptakan inovasi, meskipun mampu meningkatkan kualitas produk yang memuaskan konsumen. Selain itu, dukungan fasilitas contohnya desain interior yang memukau dan lingkungan yang nyaman turut berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada akhirnya, hal-hal tersebut akan memengaruhi keputusan pembelian.

Kepuasan konsumen di masa lalu memberikan dampak yang besar terhadap keputusan pembelian selanjutnya. Sebab berkaitan dengan sejauh mana kinerja produk memenuhi keinginan konsumen, yang akan mendorong kemungkinan terjadinya pembelian ulang. Kualitas produk menjadi salah satu sebab inti yang membuktikan tingkat kepuasan pelanggan setelah memakai atau

mengonsumsi barang tersebut (Sidharta, 2022). Hal ini berkaitan dengan pentingnya inovasi produk untuk memastikan bahwa mutu produk tetap terjaga dan meningkat, mengingat konsumen kini semakin kritis dalam menilai kualitas produk. Oleh karena itu, kualitas produk dalam industri kuliner menjadi aspek utama yang harus diperhatikan.

Kualitas produk menjadi hal yang utama untuk diperhatikan. Rocket Chicken memastikan bahwa ayam yang digunakan berasal dari pabrik dan telah melalui proses sterilisasi yang ketat. Setiap ayam diperiksa satu per satu saat tiba; jika ada ayam yang mati, ayam tersebut dipastikan tidak akan digunakan dan akan dibuang. Selain itu, dalam proses penyembelihan, dilakukan dengan cara manual sambil mengucapkan "*Bismillah*," yang mencerminkan komitmen terhadap kualitas dan etika dalam penyajian produk (PT. Rocket Chicken Indonesia, 2019). Dengan langkah-langkah ini, Rocket Chicken berusaha untuk memberikan produk berkualitas tinggi, yang pada waktunya akan menaik kepuasan dan keputusan pembelian konsumen.

Harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen selain kualitas produk. Harga juga memiliki peran penting dalam menentukan nilai yang dirasakan konsumen setelah mengonsumsi produk. Dengan demikian, penentuan harga yang benar menjadi salah satu kunci dalam menarik dan mempertahankan keputusan pembelian konsumen. Menurut Tjiptono, (2019) harga tidak hanya berfungsi sebagai indikator nilai, tetapi juga mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas. Penetapan harga yang terjangkau merupakan elemen penting dalam memastikan kondisi pasar dan meningkatnya keuntungan perusahaan.

Apabila produk memiliki kualitas rendah namun ditawarkan dengan harga tinggi, konsumen cenderung enggan untuk melakukan pembelian. Sebab karena itu, ditemukan hubungan yang erat antara keputusan pembelian dan harga produk.

Mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim, yaitu sekitar 229,62 juta jiwa atau 87,2% dari total populasi yang mencapai 269,6 juta jiwa (Indonesia, 2020). Oleh karena itu, keberadaan label halal berlaku penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta memengaruhi keputusan pembelian. Dengan memperoleh sertifikasi halal, Rocket Chicken memiliki peluang akan memperoleh pasar yang lebih luas dan meningkatkan keputusan pembelian dalam membeli produk Rocket Chicken.

Rocket Chicken memastikan bahwa semua proses penyembelihan ayam dilakukan dengan standar yang tinggi. Penyembelihan dilakukan satu per satu dengan mengucapkan "*Bismillah*" sehingga kehalalan produk dapat dipastikan 100%. Selain itu, semua bahan yang digunakan telah melalui proses pensterilan, dan kualitasnya terjaga dengan baik. Rocket Chicken telah memperoleh sertifikasi dari BPOM serta label halal, yang menjamin bahwa seluruh tahapan dalam proses produksi telah memenuhi standar yang ditetapkan (PT. Rocket Chicken Indonesia, 2019). Hal ini memberi rasa aman dan naiknya kepercayaan konsumen dalam memilih produk tersebut.

Kepercayaan konsumen adalah kepastian bahwa suatu produk, layanan, atau merek dapat mengurangi risiko mereka dan memberi mereka rasa aman sebagai hasil dari semua hal yang telah dibahas (Su et al., 2022). Kepercayaan

konsumen merupakan kepastian bahwa suatu produk atau layanan akan mampu memuaskan harapan mereka, khususnya dalam aspek kualitas, nilai, dan keamanan. Kepercayaan ini sering kali dibangun melalui pengalaman sebelumnya, reputasi merek dan informasi yang tersedia. Rocket Chicken membangun kepercayaan konsumen melalui penyajian outlet yang bersih dan rapi, serta pelayanan yang ramah. Hal ini, ditambah dengan kualitas produk yang tinggi, menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan dan memperkuat kepercayaan mereka terhadap merek Rocket Chicken.

Peneliti memilih Rocket Chicken sebagai objek penelitian karena merupakan perusahaan waralaba yang bergerak di bidang restoran cepat saji, dengan berbagai produk unggulan seperti fried chicken, burger, dan steak (PT. Rocket Chicken Indonesia, 2019). Rocket Chicken dikenal menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal, memiliki cita rasa khas, serta harga yang terjangkau untuk semua kalangan masyarakat. Cabang Rocket Chicken Wiradesa dipilih sebagai objek penelitian karena lokasinya berada di kawasan yang cukup ramai. Lokasi tersebut berada dekat dengan hotel, pasar tradisional, kampus, dan pemukiman warga. Selain itu, konsumen yang berbelanja di Rocket Chicken cabang Wiradesa tidak hanya berasal dari masyarakat Wiradesa, tetapi juga dari luar daerah yang datang untuk berbelanja di sekitar kawasan Wiradesa. Selain itu, cabang ini juga menghadapi persaingan yang ketat dari berbagai usaha sejenis, seperti warung makan lokal dan restoran cepat saji lainnya. Kondisi ini menjadi situasi yang tepat untuk mengamati bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian di tengah banyaknya pilihan yang tersedia.

Peneliti tertarik memilih Kecamatan Wiradesa sebagai lokasi penelitian karena wilayah ini dikenal sebagai salah satu pusat kegiatan lokal di Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah. Letaknya yang strategis menjadikan Kecamatan Wiradesa sebagai sentra ekonomi, sosial, dan budaya yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di sekitarnya. Selain menjadi pusat aktivitas perdagangan, wilayah ini juga dilalui jalur arteri utama yang menghubungkan berbagai daerah di Kabupaten Pekalongan, sehingga memudahkan mobilitas dan distribusi barang maupun jasa. Posisi ini turut mendorong berkembangnya pusat-pusat ekonomi dan perdagangan, menjadikan Kecamatan Wiradesa sebagai kawasan yang vital dalam mempercepat pembangunan ekonomi antar wilayah (Pemerintah Kabupaten Pekalongan, 2022).

Rocket Chicken cabang Wiradesa menunjukkan perkembangan yang positif, dengan penjualan produk mencapai sekitar 200–300 pcs per hari (Wawancara dengan Ibu Istiqomah, 2025). Hal ini mencerminkan tingginya kepercayaan konsumen terhadap produk Rocket Chicken, apalagi dengan adanya sertifikasi halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di bawah naungan Kementerian Agama, dengan nomor ID34220000126820421, yang memastikan seluruh produknya memenuhi standar kehalalan dari MUI (BPJPH, 2021). Kombinasi antara lokasi yang strategis dan performa bisnis yang baik menjadikan Rocket Chicken Cabang Wiradesa sebagai objek yang relevan dan menarik untuk diteliti.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya fenomena *research gap* antara teori dan kenyataan di lapangan. Secara teori, kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan nilai terbaik kepada konsumen, sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka. Majid et al., (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, pada kenyataannya, produk Rocket Chicken di Kecamatan Wiradesa, Kabupaten Pekalongan justru mendapatkan beberapa ulasan negatif di *Google Review*. Beberapa konsumen menyebutkan bahwa kualitas makanan yang disajikan tidak sesuai harapan atau kurang nikmat. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Wijaya et al., (2022) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif serta tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo. Kesenjangan antara teori, temuan penelitian terdahulu, dan kondisi di lapangan ini menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut karena berkaitan erat dengan persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan tingkat kepercayaan mereka terhadap merek.

Alasan Peneliti menggunakan variabel intervening berupa kepercayaan konsumen untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga produk, dan labelisasi halal memengaruhi keputusan pembelian secara langsung atau melalui kepercayaan terlebih dahulu. Kepercayaan dipilih karena sering kali konsumen baru memutuskan membeli setelah merasa yakin terhadap produk. Hal ini penting untuk memahami bagaimana keputusan pembelian terbentuk, khususnya pada konsumen Rocket Chicken di Kecamatan Wiradesa.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Rocket Chicken Kecamatan Wiradesa, Kabupaten Pekalongan)”*.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Cabang Wiradesa?
2. Bagaimana harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Cabang Wiradesa?
3. Bagaimana labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Cabang Wiradesa?
4. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen Rocket Chicken Cabang Wiradesa?
5. Bagaimana harga produk berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen Rocket Chicken Cabang Wiradesa?
6. Bagaimana labelisasi halal berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen Rocket Chicken Cabang Wiradesa?
7. Bagaimana kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Cabang Wiradesa?
8. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Cabang Wiradesa melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening?

9. Bagaimana harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Rocket Chicken Cabang Wiradesa melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening?
10. Bagaimana labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Rocket Chicken Cabang Wiradesa melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Cabang Wiradesa.
- b. Untuk menganalisis produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Cabang Wiradesa.
- c. Untuk menganalisis labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Cabang Wiradesa.
- d. Untuk menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen Rocket Chicken Cabang Wiradesa.
- e. Untuk menganalisis harga produk berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen Rocket Chicken Cabang Wiradesa.
- f. Untuk menganalisis labelisasi halal berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen Rocket Chicken Cabang Wiradesa.
- g. Untuk menganalisis kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Cabang Wiradesa.

- h. Untuk menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Cabang Wiradesa melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening.
- i. Untuk menganalisis harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Cabang Wiradesa melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening.
- j. Untuk menganalisis labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rocket Chicken Cabang Wiradesa melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis
 - i. Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai referensi & literatur keputusan berhubungan dengan kajian mengenai "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Rocket Chicken Cabang Wiradesa)"
 - ii. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan ilmu ekonomi, khususnya dibidang ekonomi bisnis.
- b. Manfaat Praktis
 - i. Bagi Peneliti

Penelitian ini memiliki keuntungan karena memungkinkan peneliti menggunakan teori, pengetahuan, dan konsep yang diajarkan

selama penelitian sehingga dapat memahami perilaku konsumen, terutama yang terkait dengan keputusan pembelian.

ii. Bagi Instansi

Sebagai sumber informasi dan wacana untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan oleh kualitas produk, harga produk, labelisasi halal serta dampaknya terhadap keputusan pembelian.

iii. Bagi Akademik

Penelitian dibuat dengan tujuan sebagai salah satu sumber informasi tentang cara labelisasi halal, harga, dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

iv. Bagi Pembaca

Penelitian ini bertujuan untuk membantu para peneliti dalam memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang berbagai elemen yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, termasuk aspek-aspek yang terkait dengan kualitas produk, harga produk, dan labelisasi halal, semuanya melalui sudut pandang kepercayaan konsumen. Lebih jauh lagi, temuan penelitian ini dapat menjadi referensi yang berharga bagi akademisi lain yang tertarik untuk meneliti subjek ini di masa mendatang.

D. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini memberikan penjelasan tentang latar belakang rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaatnya. Ini juga mencakup penjelasan tentang proses penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori, tinjauan penelitian sebelumnya, kerangka berpikir, dan perumusan hipotesis penelitian dibahas dalam bab ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan secara rinci metode yang digunakan oleh peneliti beserta alasannya, termasuk jenis data, desain penelitian, konsep dan variabel yang dianalisis, serta teknik analisis yang diterapkan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi: (1) hasil penelitian yang disajikan sesuai dengan pendekatan, sifat penelitian, serta rumusan masalah atau fokus penelitian; dan (2) pembahasan hasil penelitian. Kedua bagian tersebut, yaitu hasil penelitian dan pembahasan, dapat disajikan secara terpisah sebagai subbab tersendiri atau digabungkan menjadi satu kesatuan, tergantung kebutuhan dan alur penulisan.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan disajikan secara ringkas dan padat, merangkum temuan-temuan penelitian yang berkaitan langsung dengan permasalahan yang telah dikaji.

BAB V

PENUTUP

A.Kesimpulan

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $15,217 > t$ tabel $1,985$ dan signifikansinya yaitu $0,000 < 0,05$.
2. Harga produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $-10,832 > t$ tabel $1,985$ dan signifikansinya yaitu $0,000 < 0,05$.
3. Labelisasi halal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $-3,064 > t$ tabel $1,985$ dan signifikansinya yaitu $0,003 < 0,05$.
4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $3,186 > t$ tabel $1,985$ dan signifikansinya yaitu $0,002 < 0,05$.
5. Harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $2,137 > t$ tabel $1,985$ dan signifikansinya yaitu $0,035 < 0,05$.
6. Labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $3,681 > t$ tabel $1,985$ dan signifikansinya yaitu $0,000 < 0,05$.

7. Kepercayaan kosnumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 6,039 > 1,985 dan signifikansinya yaitu $0,000 < 0,05$.
8. Kepercayaan konsumen tidak dapat memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai dari hasil analisis jalur $X1 \rightarrow Y \rightarrow Z$, pengaruh langsung = 1,276 > pengaruh tidak langsung = 0,592.
9. Kepercayaan Konsumen tidak dapat memediasi harga produk terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai dari hasil analisis jalur $X2 \rightarrow Y \rightarrow Z$, pengaruh langsung = -0,407 > pengaruh tidak langsung = -0,334.
10. Kepercayaan konsumen dapat memediasi labelisasi halal terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai dari hasil analisis jalur $X3 \rightarrow Y \rightarrow Z$, pengaruh langsung = -0,042 < pengaruh tidak langsung = -0,107.

B.Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen Rocket Chicken yang berbeda di Kecamatan Wiradesa Kabupaten pekalongan. hal ini menyebabkan hasil penelitian belum dapat digeneralisirkan secara luas untuk seluruh konsumen Rocket Chicken di daerah lain. Setiap wilayah memiliki karakteristik konsumen yang berbeda baik dari sisi sosial ekonomi, budaya maupun perilaku konsumen. Dengan ini hasil penelitian ini lebih menggambarkan perilaku konsumen di wilayah Wiradesa saja dan mungkin akan berbeda jika dilakukan di wilayah yang berbeda.

Penelitian ini hanya menggunakan 4 variabel yaitu kualitas produk, harga produk, labelisasi halal serta kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening terhadap keputusan pembelian. Padahal banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti promosi, citra rasa, kepuasan pelanggan, voucher undian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang bersifat tertutup dimana responden hanya memilih jawaban yang telah disediakan. Hal ini dapat menimbulkan keterbatasan dalam menggali pendapat atau alasan mendalam dari responden mengenai keputusan pembelian produk Rocket Chicken.

C.Saran

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan lokasi penelitian, tidak hanya terbatas di Kecamatan Wiradesa, tetapi juga mencakup wilayah lain seperti Kabupaten Pekalongan secara keseluruhan atau bahkan daerah lain. Dengan demikian, hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan representatif mengenai perilaku konsumen Rocket Chicken atau produk sejenis di berbagai daerah.

Disarankan bagi peneliti berikutnya untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti promosi, citra merek, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, dan gaya hidup. Penambahan variabel ini akan membantu menghasilkan analisis yang lebih komprehensif dan menggambarkan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen secara lebih utuh.

Penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya menggunakan pendekatan kuantitatif melalui kuesioner, tetapi juga dapat memadukannya dengan pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam atau observasi langsung. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat menggali lebih dalam alasan psikologis dan emosional konsumen dalam membangun kepercayaan terhadap suatu produk serta dalam mengambil keputusan pembelian.

Peneliti berikutnya diharapkan dapat melibatkan jumlah responden yang lebih besar dan beragam, baik dari sisi usia, tingkat pendidikan, pendapatan, maupun pengalaman berbelanja. Dengan demikian, hasil penelitian akan lebih akurat dalam menggambarkan perbedaan perilaku konsumen berdasarkan karakteristik demografis.

Penelitian mendatang dapat mengembangkan model analisis jalur atau menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) untuk melihat hubungan antarvariabel secara lebih kompleks. Misalnya, menganalisis peran kepercayaan konsumen secara lebih rinci sebagai variabel mediasi antara kualitas produk, harga, labelisasi halal, dan keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Amani, I., Renata Sari, A., & Nur Azizah, S. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1807–1813. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13031>
- Ambarwati, V., & Mathori, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga pada Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Simki Economic*, 7(2), 621–630. <https://doi.org/10.29407/jse.v7i2.847>
- Antin Rahmawatiy. (2011). *Ekonomi Mikro Islam*. Nora Media Enterprise.
- Aprelyani, S., & Ali, H. (2024). Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di E- Commerce Shopee pada Generasi Z. 2(3), 163–173.
- Ari Setyaningrum, J. U. dan E. (2005). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2025). *Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah*. <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTE5IzI=/jumlah-restoran-rumah-makan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah.html>
- Duwi Priyanto. (2010). *Paham Analisis Statistik Data Dengan Spss*. Mediakom.
- Dwi Priyanto. (2014). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Mediakom.
- El-Farobie, F., Muharir, & Setiawan, B. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Produk Skincare Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus di Klinik Elsha Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 1(2), 118.
- Elisa Nabila Putri, & Hadita Hadita. (2023). Pengaruh Harga, Word Of Mouth, Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sabana Fried Chicken Di Bekasi. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 61–73. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i1.1285>
- Fandy Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran (3rd ed.)*. Andi.
- Gimor, H., & Reni Yuliviona. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Sate Taichan Senayan Buncab. 14(2), 258–275.

- Gita Ayuni Azhar, Aini Kusniawati, I. S. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan (suatu studi pada Konsumen CV. Lemona Cake & Bakery Outlet Padayungan Tasikmalaya). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 4, 110–118.
- Gitama, G. N. D. P., Fariza, M., Kartika, I., & Amroni, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Digit*, 13(2), 165. <https://doi.org/10.51920/jd.v13i2.352>
- Halim, F., Zukhruf Kurniullah, A., Butarbutar Efendi, M., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Hengki Mangiring Parulian Simarmata, S., Adi Permadi, L., & Novela, V. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. In *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Herry Sutanto & Khaerul Umam. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Pustaka Setia.
- Imam Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Progam IBM SPSS 19*. Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Progam IBM SPSS 23 (Edisi 8)*.
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Progam IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Indonesia, K. A. R. (2020). *No Title*. <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt#:~:text=daripada Indonesia%3F%22.-,Mengacu data demografis%2C memang>
- Irdha Yusra, & Widia Wati Rizki. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepercayaan Pelanggan (Konsumen) di Erha Skin Padang. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 1(1), 85–113. <https://doi.org/10.31961/ijaaf.v1i1.1166>
- Issaroh, S., Henry Casandra Gultom, & Noventia Karina Putri. (2025). Minat Beli Memediasi Kualitas Produk Dan Social media marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Solusi*, 23(3), 389–407. <https://doi.org/10.26623/slsi.v23i3.12024>
- Khairatun Nikmah, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Smartphone Vivo Y12 Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Gerai Waroeng Pulsa Di Kecamatan Kelua. *Administrasi Bisnis*, 4, 1063–1075.

- Kristin, O. V, Harmen, H., Indriani, R., & ... (2024). Analisis Dampak Sertifikasi Labelisasi Halal Terhadap Perkembangan Umkm Di Bangkalan. *Jurnal Masharif Al ...*, 9(204), 1516–1528. <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/22814%0Ahttps://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/download/22814/7914>
- Kurniawan, M. F. D., & Suhermin. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(2), 1–18.
- Lisdiani, N. L. I., & Annisa, A. A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fiesta Chicken Nugget dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 2(1), 79–91. <https://doi.org/10.21154/invest.v2i1.3830>
- Majid, A., Fazal V, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., & Santika, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Management, and Business Research*, 2(1), 214–226. www.jember.umla.ac.id
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Minor, J. C. M. & M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Mokoagouw, M. L. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 493–502. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10913>
- Mokodompit, M. R., Tinneke, T., & Kalangi, J. A. F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3 AM Cofee Manado. *Productivity*, 3(6), 520–524.
- Nafiul Alam, D. (2025). *the Influence of Halal Labeling and Price Perception on Purchase Decisions of Sari Roti in Surakarta Mediated By Brand Trust*. 13(2), 1–19. <http://journalbalitbangdalampong.org>
- Nur, C. A., & Khusnul, F. (2024). Pengaruh Label Halal dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food Pada Gen-Z Muslim Jawa Timur. *Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(1), 93.

- Nurul Kholifah, M., Purwo Saputro, E., & Sholahuddin, M. (2023). Online Pasca Pandemi Covid-19 Dimediasi Kepercayaan Pelanggan. *Borobudur Management Review*, 3(1), 62–88. <https://doi.org/10.31603/bmar.v>
- OKTARIA, S. S. (2023). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. 2(6), 168–175. <https://repository.mercubuana.ac.id/84194/>
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1128>
- Pemerintah Kabupaten Pekalongan. (2022). *Peraturan Daerah Kabupaten Pekalongan Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Rpjmd 2021-2026 Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Pekalongan*.
- Philip kotler & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT Gelora Aksara Pratama.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga.
- Philip Kotler dan Amstrong. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid 1). PT. Indeks Gramedia.
- Pristiwa, N., Nasron, R., Luthfani, E. Y., & Fatiha, N. A. (2024). *Pengaruh Diskon , Promosi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Penggunaan Aplikasi Shopee (Studi kasus pada masyarakat Banda Aceh)*. 8(2), 559–569.
- PT. Rocket Chicken Indonesia. (2019). *Rocket Chicken*.
- Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Riduwan. (2010). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*. Alfabeta.
- Risnawati, Wonua, A., & Astaginy, N. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan (Studi Kasus Produk Wardah pada Toko Alke Kosmetik di Kabupaten Kolaka). *Student Scientific Creativity Journal (SSCJ)*, 1(6), 17–17.
- Said Saad Marthon. (2005). *Ekonomi Islam : Di Tengah Krisi Ekonomi Global*. Raja Grafindo Persada.

- Sidharta, G. (2022). Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen. In *Manajemen*.
- Su, C. W., Umar, M., & Chang, T. (2022). How consumer confidence is reshaping the outbound tourism expenditure in China? A lesson for strategy makers! *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja* , 36(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2106266>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Andi Offset.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Eureka Media Aksara, November 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah*, 212.
- Syah, T. Y. R., Alimwidodo, P. C., Lianti, L., & Hatta, H. (2022). Perceived Price As Antecedent of Satisfaction and Loyalty: Learn From Fast Food International Restaurants. *Central European Business Review*, 11(4), 63–84. <https://doi.org/10.18267/j.cebr.304>
- Syaifuddin, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 240–245. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.856>
- Talahatu, I. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Kualitas Yang Dipersepsikan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Cair Di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(1), 315–322.
- Trisnawati1, & Nur, K. (2023). Pengaruh Harga Jual dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Hisana Fried Chicken Ketanggungan The Effect of Selling Price and Promotion on Purchasing Decisions on Hisana Fried Chicken Liability. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(1), 38–43.
- Wijaya, F. F., Yatiningrum, A., & Marga, U. P. (2022). Pengaruh Kulaitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Kota Probolinggo. *Journal Management, Accounting, and Digital Business*, 2(1), 1–10.
- Zaheer, R. B. & A. (2006). *Handbook of Trust Research*. Edward Elgar Publishing.
- Zuhro, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Goreng Crispy (Studi pada Dynes Fried Chicken Cabang Kaliasin Surabaya) Zafifatus Zuhro Budiyo Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya Hisana F. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 1–19.