

**PENGARUH HARGA, LABELISASI HALAL DAN CITRA
MEREK TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
PADA USAHA *ICE CREAM MIXUE* PRINGLANGU KOTA
PEKALONGAN**

SKRIPSI



Oleh :

MIFBAKHUL ANAM

NIM : 4119234

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**PENGARUH HARGA, LABELISASI HALAL DAN CITRA
MEREK TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
PADA USAHA *ICE CREAM MIXUE* PRINGLANGU KOTA
PEKALONGAN**

SKRIPSI



Oleh :

MIFBAKHUL ANAM

NIM : 4119234

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mifbakhul Anam
NIM : 4119234
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Harga, Labelisasi halal, dan Citra merek terhadap tingkat kepuasan konsumen usaha *ice cream mixue* Pringlangu Kota Pekalongan" adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 06 November 2023

Yang menyatakan,



Mifbakhul Anam

4119234

NOTA PEMBIMBING

Indah Purwanti, M. T.

Di Tempat

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Mifbakhul Anam

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Prodi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : **Mifbakhul Anam**
NIM : **4119234**
Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Labelisasi halal, dan Citra merek terhadap tingkat kepuasan konsumen pada usaha *ice cream mixue* Kota Pekalongan.**

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, 8 November 2023

Pembimbing



Indah Purwanti, M.T.

NIP. 198701072019032011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

Jl. Pahlawan Rowolaku Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.uingusdur.ac.id | Email : perpustakaan@uingusdur.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MIFBAKHUL ANAM
NIM : 4119234
Program Studi : EKONOMI SYARIAH / FEBI
Email : mifbakhulanam75@gmail.com
No. Hp : 085741124463

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**PENGARUH HARGA, LABELISASI HALAL DAN CITRA MEREK TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA ICE CREAM MIXUE
PRINGLANGU KOTA PEKALONGAN**

Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 17 Januari 2024

MIFBAKHUL ANAM
NIM : 4119234

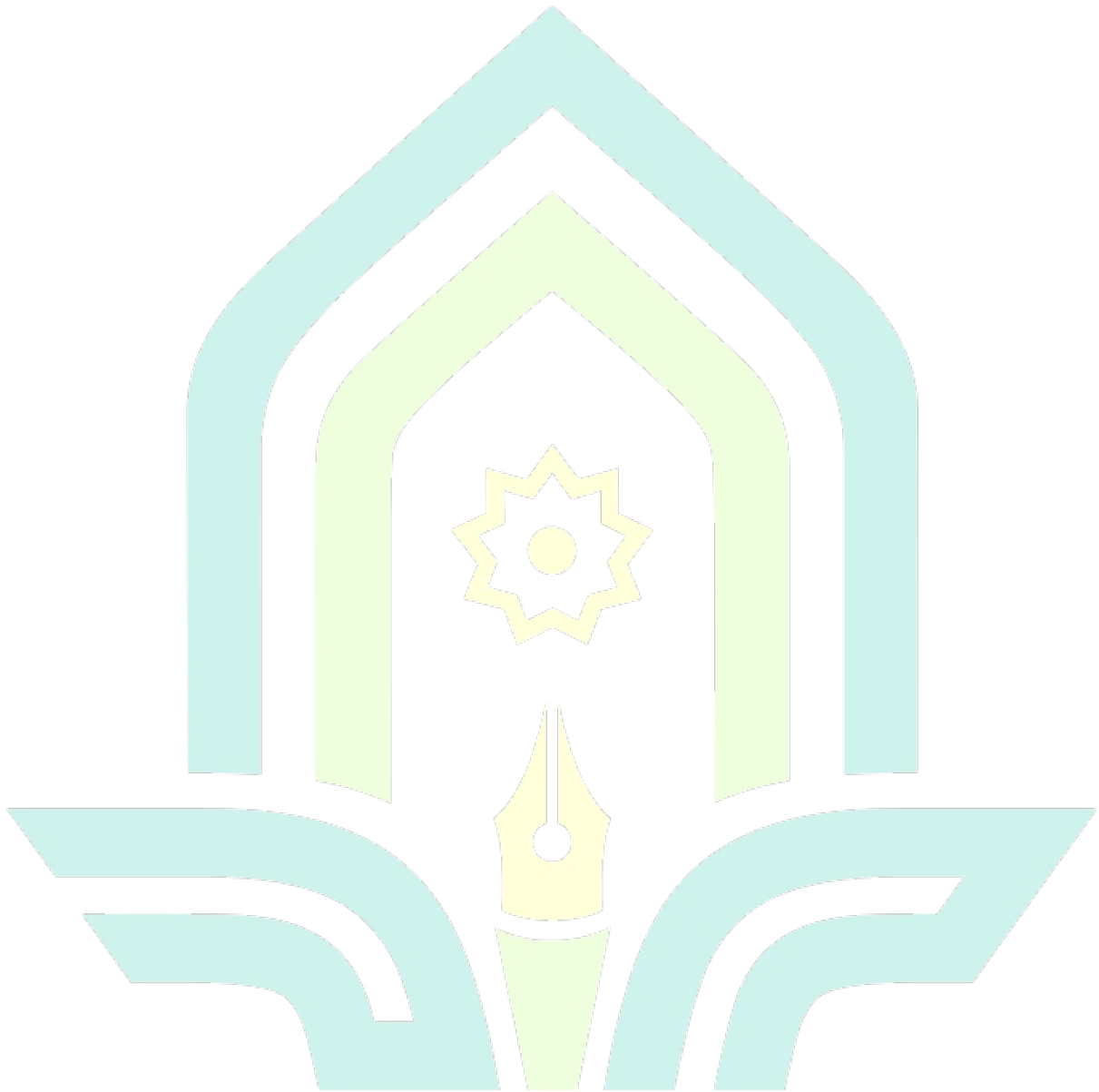
PERSEMBAHAN

Persembahan yang tertinggi hanyalah kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayat-Nya serta memberikan kelancaran dan kemudahan dalam setiap langkahku. Untuk orang-orang yang sangat berarti dalam hidupku. Sebagai rasa cinta dan tanda kasih, kupersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kepada Ayah dan Almarhumah Ibu saya tercinta, yang telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang, memberikan doa, dukungan dan membiayai pendidikan saya sampai sekarang.
2. Keluarga besar dan calon istri yang sudah mendukung dan mensupport saya dalam menjalankan skripsi.
3. Teman-teman yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi saya.
4. Kepada dosen pembimbing dan dosen wali dalam semasa kuliah yang sudah membantu dan memberikan arahan, serta dosen FEBI yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta dapat digunakan untuk semasa kuliah dan bekal kehidupan yang akan datang. Terimakasih

MOTTO

“ Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang (Imam Syafi’I) “



Abstrak

Mifbakhul Anam. Pengaruh Harga, Labelisasi Halal, dan Citra Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Usaha Ice Cream Mixue Pringlangu Kota Pekalongan.

Pada era globalisasi seperti saat ini, banyak yang memulai usaha seperti membuka restoran, cafe, maupun gerai yang mengakibatkan persaingan dunia usaha semakin ketat. Salah satu usaha yang banyak dijalankan oleh para pelaku usaha yaitu dengan membuka usaha franchise minuman. Para pengusaha perlu memperbarui produk *ice cream*-nya dengan inovasi produksi *ice cream*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, labelisasi halal, dan citra merek terhadap tingkat kepuasan konsumen pada usaha *ice cream mixue* Pringlangu Kota Pekalongan.

Jenis Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data awal dari kuesioner yang dikirimkan kepada konsumen *ice cream mixue* Pringlangu Kota Pekalongan. Sampel survei saat ini memiliki 100 tanggapan, dan sampel besar ditentukan menggunakan karya Lameshaw. Metodologi analisis data adalah analisis berganda linier regresif. Hipotesis ini dihasilkan dengan menggunakan pemodelan statistik parsial (uji-t) dan pemodelan jaringan (uji-F). Setelah model berhasil menampilkan hasil uji klasik, seperti normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas, dilakukan analisis regresi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Kata kunci : *harga, labelisasi halal, citra merek, kepuasan konsumen*

Abstract

Mifbakhul Anam. The Influence of Price, Halal Labeling, and Image on the Level of Consumer Satisfaction in the Pringlangu Ice Cream Mixue Business in Pekalongan City.

In the current era of globalization, many are starting businesses such as opening restaurants, cafes and outlets which has resulted in increasingly tight competition in the business world. One of the businesses that many actors run is opening a beverage franchise business. Entrepreneurs need to update their ice cream products with ice cream production innovations. This research aims to determine the influence of price, halal labeling, and brand image on the level of consumer satisfaction in the Pringlangu ice cream mixue business, Pekalongan City.

This type of research uses a quantitative approach using initial data from questionnaires sent to Pringlangu ice cream mixue consumers in Pekalongan City. The current survey sample had 100 responses, and a large sample was determined using Lameshaw's work. The data analysis methodology is multiple linear regressive analysis. This hypothesis was generated using partial statistical modeling (t-test) and network modeling (F-test). After the model successfully displays the results of classic tests, such as normality, multicollinearity and heteroscedasticity, regression analysis is carried out.

The results of this research show that price has a significant effect on consumer satisfaction, halal labeling does not have a significant effect on consumer satisfaction, and brand image has a significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: price, halal labeling, brand image, consumer satisfaction

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi pencipta alam semesta raya, Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta nikmat-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penyusun sadar dengan sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak, untuk itu saya haturkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan;
2. Ibu Prof. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H.,M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan;
3. Bapak Dr. Tamamudin, M.M., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan;
4. Bapak Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan;
5. Ibu Happy Sista Devy, M.M selaku sekertaris Prodi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H.

Abdurrahman Wahid Pekalongan;

6. Bapak Ahmad Dzulfikar M.pD. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA);

7. Ibu Indah Purwanti, M.T selaku Dosen Pembimbing, yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

8. Orang tua, keluarga, dan calon istri saya yang telah memberikan dukungan material, moral, membantu baik secara langsung maupun secara tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis hanya berharap semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, yang secara khusus dapat memberikan manfaat kepada penulis, dan dapat memberikan manfaat kepada pembaca.

Pekalongan, 22 November 2023

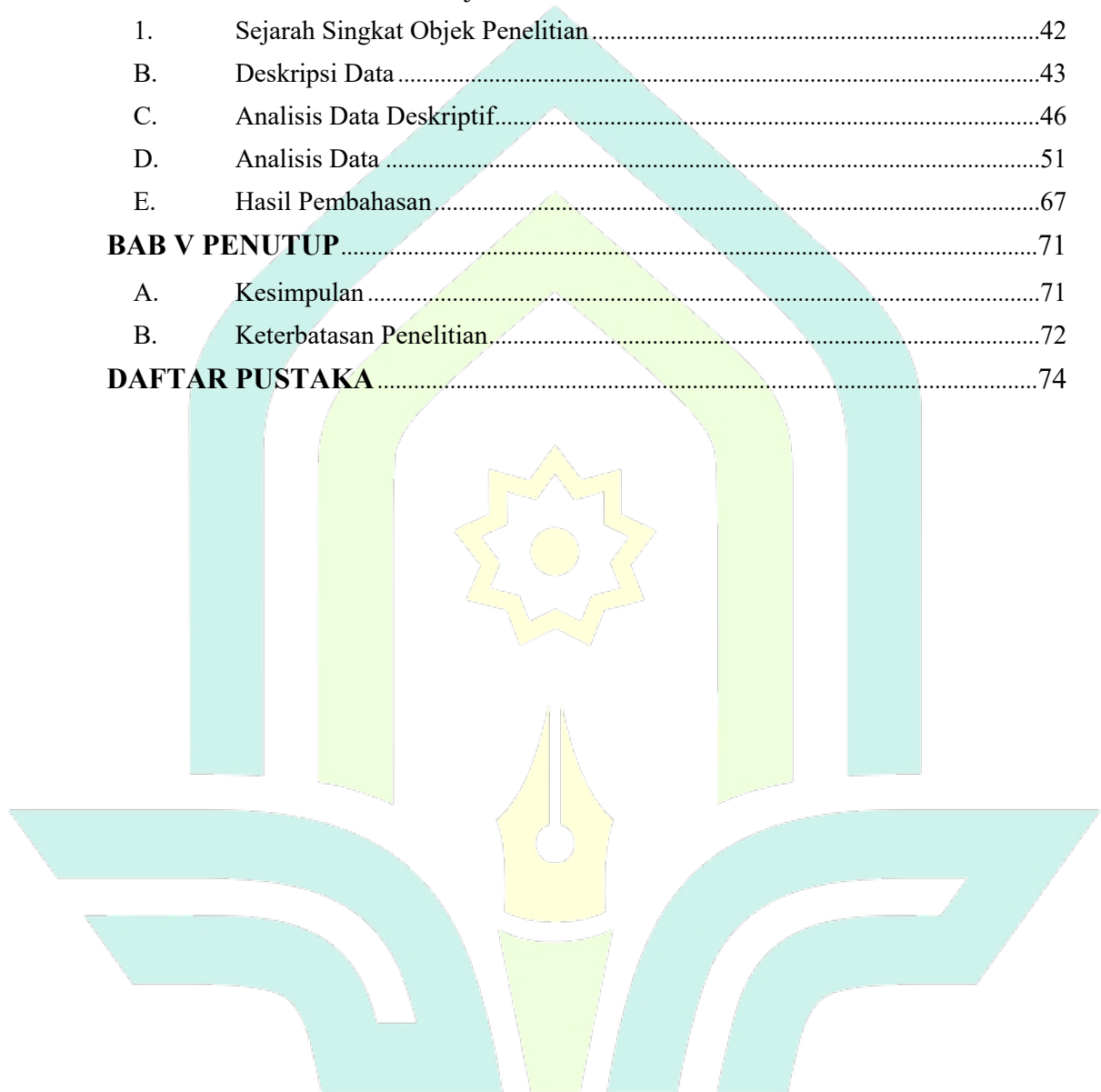


Penulis

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
NOTA PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	iv
Abstrak	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Pembatasan Masalah	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
1. Secara Praktis.....	8
2. Secara Teoritis	8
F. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Harga	10
2. Labelisasi Halal.....	12
3. Citra Merek.....	14
4. Kepuasan Konsumen.....	17
B. Telaah Pustaka.....	20
C. Kerangka Berfikir	24
D. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
1. Jenis Penelitian.....	29
2. Pendekatan Penelitian	29
3. Setting Penelitian.....	30

4.	Populasi dan Sampel.....	30
5.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	31
B.	Teknik Pengumpulan Data.....	34
C.	Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		42
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
1.	Sejarah Singkat Objek Penelitian.....	42
B.	Deskripsi Data.....	43
C.	Analisis Data Deskriptif.....	46
D.	Analisis Data.....	51
E.	Hasil Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP.....		71
A.	Kesimpulan.....	71
B.	Keterbatasan Penelitian.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....		74



PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam tesis ini berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 tahun 1987 dan No. 0543 b/u/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem penulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam Transliterasi ini sebagian dilambangkan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu 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	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)

ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan 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	... ‘ ...	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
ه	ha	h	ha

ء	hamzah	..!..	apostrof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

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

a) Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

Contoh:

كتبك - kataba

أعلم - fa'ala

أذكر - zukira

يذهب - yazhabu

سئلا - suila

b) Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
اِي	Fathah dan ya	ai	a dan i
اُو	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

فَيْك - kaifa

لَوْه - haula

c) Maddah

Maddah atau vokal panjang lambangnya dengan harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اِي	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
اِي	Kasroh dan ya	Ī	i dan garis di atas
اُو	Dammah dan waw	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

رَامَ - ramā

قَالَ - qāla

قَالَ - yaqūlu

d) Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1) Ta Marbutah hidup

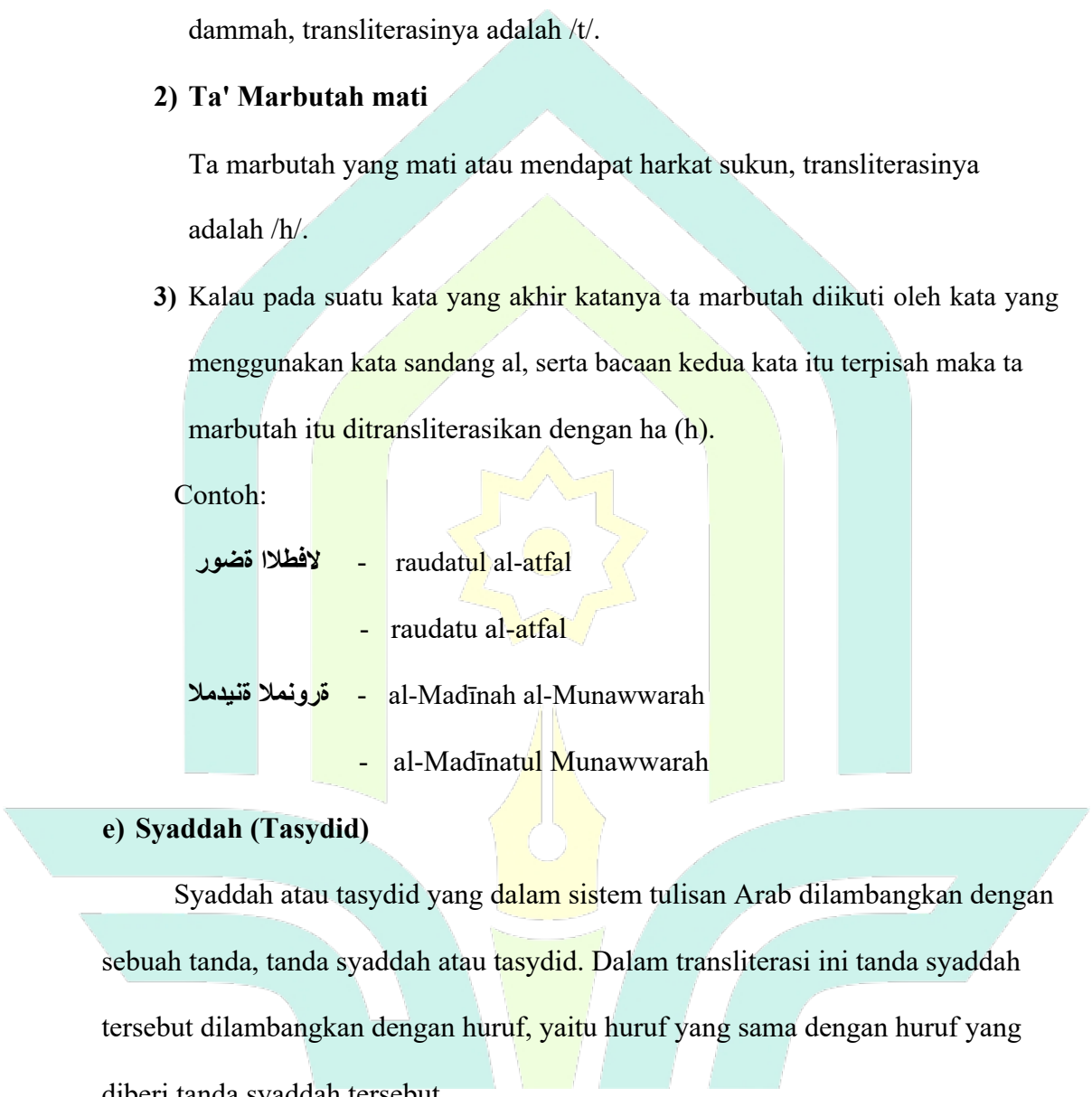
Ta marbutah yang hidup atau yang mendapat harkat fathah, kasroh dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2) Ta' Marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya 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:



لافتلا ؤضور	-	raudatul al-atfal
	-	raudatu al-atfal
قرونملا ؤنيدملا	-	al-Madīnah al-Munawwarah
	-	al-Madīnatul Munawwarah

e) Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem 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 tersebut.

Contoh:

انير - rabbanā

نَزَلَ - nazzala

رَبِّهَا - al-birr

مَعْنَى - nu'ima

جَحَلًا - al-hajju

f) Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu لا. Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qomariah.

1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Pola yang dipakai ada dua, seperti berikut:

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

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

Baik diikuti oleh huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung. Contoh:

لِرَجُلٍ - ar-rajulu

شَمْسًا - asy-syamsu

عِبَادًا - al-badi'u

عَدِيْسًا - as-sayyidatu

ملقلا - al-qalamu

للاجلا - al-jalālu

g) Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan *opostrof*. Namun, hal ini hanya terletak di tengah dan akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

1) Hamzah di awal:

ترما - umirtu

لكا - akala

2) Hamzah ditengah:

نوذخ أت - takhuzūna

نولك أت - takulūna

3) Hamzah di akhir:

عيش - syaiun

عونلا - an-nauu

h) Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *huruf* ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan. Maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara, bisaa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

- Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn. وان هلالا لهو خير الرازقين

- Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn.

- Fa aufū al-kaila wa al-mīzāna. فاوفوا الكيل والميزان

- Fa aufū al-kaila wal-mīzāna.

ā wa mursāhā. - Bismillāhi majreh بسم هلالا مجرها و مرسها

- Wa lillāhi 'alā an-nāsi hijju al-baiti و هلال على الناس حج البيت

manistatā'a ilaihi sabīlā.

- Wa lillāhi 'alā an-nāsi hijju al-baiti من استطاع اليه سبيلا

manistatā'a ilaihi sabīlā.

i) Huruf Kapital

tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam Meskipun dalam sistem transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila 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:

- Wa mā **Muhammadun** illā rasūl. وما محمد ال رسول

- Inna awwala baitin wudi'a lin-nāsi ان اول بيت وضع للناس للذي ببكة مباركا

lillaḏī Bi Bakkata mubārakan.

- Syahru **Ramadāna** al-laḏī unzila fihi شهر رمضان الذي انزل فيه القران

al-Qurānu.

نبيملا قفلاڤ هار دقلو

- Wa laqad raāhu bil-ufuqil-mubīni.

نيملعلابر للهملحلا

- Al-hamdu lillāhi rabbil-‘ālamīna.

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

Contoh:

ببرق حنڤ و الله نم رصن

- Nasrum **minallāhi** wa fathun qarīb.

اعيمج رمللا لله

- **Lillāhi** al-amru jamī'an.

- Lillāhil amru jamī'an.

ميلع عيش لكب اللهو

- **Wallāhu** bikulli syaiin ‘alīmun.

j) Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar menu Ice Cream Mixue Pringlangu.....	4
Tabel 2. 1 Telaah Pustaka.....	200
Tabel 3.1 Definisi operasional variabel penelitian	22
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	35
Tabel 4. 1 Analisis responden berdasarkan jenis kelamin	43
Tabel 4. 2 Analisis responden berdasarkan umur	44
Tabel 4. 3 Analisis responden berdasarkan pekerjaan.....	45
Tabel 4. 4 Analisis data deskriptif harga	46
Tabel 4. 5 Analisis data deskriptif Labelisasi halal.....	47
Tabel 4. 6 Analisis data deskriptif Citra merek.....	49
Tabel 4. 7 Analisis data deskriptif Kepuasan konsumen.....	50
Tabel 4. 8 Uji Validitas harga.....	52
Tabel 4. 9 Uji validitas Labelisasi halal.....	52
Tabel 4. 10 Uji validitas citra merek.....	53
Tabel 4. 11 Uji validitas kepuasan konsumen.....	54
Tabel 4. 12 Hasil uji reliabilitas	55
Tabel 4. 13 Hasil uji normalitas	56
Tabel 4. 14 Hasil uji Multikonearitas	58
Tabel 4. 15 Hasil uji heteroskedastisitas.....	59
Tabel 4. 16 Analisis regresi linier berganda.....	60
Tabel 4. 17 Uji persial (uji t).....	63
Tabel 4. 18 Uji simultan (uji f).....	65
Tabel 4. 19 Uji koefisien determinasi.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Riset.....	80
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner	87
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	104
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	107
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas	108
Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinearitas	108
Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	109
Lampiran 8 Hasil Uji T	110
Lampiran 9 Hasil Koefisien Determinasi	110
Lampiran 10 Surat Permohonan Izin Riset	111
Lampiran 11 Dokumentasi Riset	112
Lampiran 12 Surat Keterangan	114
Lampiran 13 Riwayat Hidup Penulis	115

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi dan perdagangan yang berkembang pesat, sektor bisnis merupakan komponen pertumbuhan ekonomi yang sangat penting. Jika ekonomi adalah tolak ukur suatu bangsa, maka ekonomi Islam itu telah berkembang sejak tahun 1970 dan kembali berkembang pada tahun 1990 adalah contoh terbaik. Ekonomi Islam sekarang menawarkan contoh bukti yang menjanjikan.

Harga yang dirasakan adalah apa yang konsumen cari ketika melakukan transaksi. Sebagai pelanggan bahkan dapat membandingkan harga dengan nilai. Jika produk membutuhkan lebih banyak pembayaran dari konsumen dari pada manfaat yang diterima, produk yang dimaksud memiliki nilai negatif. Pelanggan menganggapnya sebagai kesepakatan yang buruk sehingga mengurangi penggunaan produk, yang berdampak negatif terhadap reputasi perusahaan. Jika keuntungan yang diperoleh lebih besar, produk tersebut memiliki nilai positif (Ananta, 2018).

Salah satu praktik paling signifikan di kalangan umat Islam adalah produksi makanan dan obat-obatan. Sesuai anjuran agama Islam, Hukum Islam memastikan bahwa produk yang akan dikonsumsi adalah halal. Mengonsumsi makanan yang halal, bersih, dan halal adalah hakiki agama dan diwajibkan oleh syariat Islam (Devi et al., 2023).

Di Indonesia mewajibkan pelaku usaha wajib mendapatkan sertifikasi halal MUI guna memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk itu dikonsumsi halal. Ketika suatu produk mempunyai label halal, masyarakat diimbau harus lebih berhati-hati saat mengonsumsi produknya dan tidak ada lagi kontroversi di sekitarnya karena sudah ada badan yang mengatur kehalalannya (Tahliani, 2023).

Brand image membangun persepsi umum tentang merek dan pengetahuan merek yang ada di masa lalu. *Brand image* dikaitkan dengan ciri-ciri seperti preferensi pribadi dan informasi penting. Pelanggan dengan persepsi positif menguntungkan terhadap produk, penyelesaian pembelian lebih cepat (Rachmania, 2021).

Di sisi lain, Sugianto dan Sitinjak (2004) juga menjelaskan bahwa konsep citra merek ialah kelompok sosial merek itu terjalin dan terbelenggu di pelanggan. Citra merek tercipta di benak konsumen ketika mereka mengenal merek tersebut dan cocok dengan citra merek tersebut.

Berdasarkan temuan penelitian terdahulu mengenai citra merek, terdapat ketidaksesuaian hasil yang memiliki perbedaan (*research gap*) bahwa Erika S (2023) melakukan perubahan harga, kualitas produk, citra merek, dan promosi produk konsumen pencari keringat di Stadion Mandali Yogyakarta, ia menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara citra merek dengan kepuasan konsumen. Namun penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunardi & Erdiansyah (2019) yang meneliti pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

di restoran Mangkok Ku. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara pelanggan dan vendor mengenai pengalaman pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah keadaan dimana persyaratan, keinginan, dan perlindungan konsumen terhadap suatu barang tertentu terpenuhi dengan bantuan produk dan layanan tersebut. Konsekuensi dari perilaku konsumen cukup serius bagi pemilik usaha karena konsumen dipandang sebagai pendorong utama pasar tenaga kerja. Sikap apatis konsumen berpotensi berdampak negatif pada pertumbuhan usaha patungan, keuntungan usaha patungan, dan harga saham usaha patungan (Febri et al., 2019).

Ice cream adalah makanan penutup yang terbuat dari produk susu. Mirip dengan krim (atau bahan sejenis), sambungkan dengan perasa dan pemanis. Selain itu, *ice cream* adalah produk es yang terbuat dari bahan-bahan seperti air, gula, krim, dan baku susu. *Ice cream* dibuat dengan metode bekukan dan campur menggunakan bahan sesuai. Bahan yang dimanfaatkan antara lain campuran susu dan tambahan lainnya, seperti gula dan madu, atau bisa dibuat tanpa menggunakan perasa,, *emulsifer* dan *stabilizer*. Dengan menggunakan bahan-bahan yang aman dan prosedur yang dapat diandalkan, dimungkinkan untuk menghasilkan *ice cream* dengan kualitas yang baik.

Eksistensi usaha *ice cream* di Pekalongan menjadi pemandangan sehari-hari, terutama bagi para remaja. Salah satu usaha yang menarik perhatian penulis adalah *Ice Cream Mixue* Pringlangu Kota Pekalongan

yang terletak di Pringlangu, Kec. Pekalongan Barat, Kota Pekalongan, Jalan Raya Doro-Pekalongan No.170. *Ice cream mixue* Pringlangu Kota Pekalongan didirikan oleh Melita Listiono Asal Semarang pada 25 Juni 2022, dan sekarang memiliki 7 orang karyawan. Kini *Ice cream mixue* telah mendapatkan sertifikasi label halal yang diterbitkan oleh BPJPH Kemenag pada 16 Februari 2023, dengan no ID00410001326911122. *Ice cream mixue* menjual berbagai *ice cream* berbagai rasa, minuman teh, *smoothies*, dan bahkan minuman segar.

Tabel 1. 1

Daftar Menu Ice Cream Mixue Pringlangu Kota Pekalongan

No	Menu	Harga
1	Chocolate Cookies Smoothies With Ice Cream	Rp,16.000,-
2	Strawberry Mi-Shake	Rp,16.000,-
3	Boba Shake	Rp,16.000,-
4	Creamy Manggo Boba	Rp,22.000,-
5	Berry Bean Sundae	Rp,16.000,-
6	Chocolate Lucky Sundae	Rp,16.000,-
7	Oreo Sandae	Rp,16.000,-
8	Boba Sundae	Rp,16.000,-
9	Mango Smooties With Ice Cream	Rp,16.000,-
10	Strawberry Smooties With Ice Cream	Rp,16.000,-
11	Mango Sundae	Rp,16.000,-
12	Sundae	Rp,16.000,-
13	Strawberry Sundae	Rp,16.000,-
14	Mix Sundae	Rp,16.000,-
15	Strawberry Ice Cream	Rp,8.000,-
16	Vanila Ice Cream	Rp,8.000,-

17	Mix Vanila dan Strawberry Ice Cream	Rp,8.000,-
18	Kiwi Smoothies	Rp,16.000,-

Sumber : manajemen ice cream mixue Pringlangu Kota Pekalongan (2023)

Penelitian terdahulu terkait variabel persepsi harga menurut Nadya Putri Novita (2023) Temuan penelitian menunjukkan hal itu persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu terkait variabel Labelisasi Halal menurut Yolda Ardiartanti (2023) Temuan penelitian menunjukkan penggunaan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Penelitian terdahulu terkait variabel Citra Merek menurut Irene Tiara Pusparani Pradipta (2023) berdasarkan temuan penelitian Dinyatakan bahwa kepercayaan konsumen mempunyai dampak yang positif dan signifikan citra merek.

Keterbaruan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitiannya. Peneliti meneliti mixue dan menggunakan sampel konsumen yang pernah membeli *ice cream mixue* di Pringlangu Kota Pekalongan. Harga, labelisasi halal, dan citra merek diasumsikan terdapat pengaruh positif bagi kepuasan konsumen. Untuk memverifikasi asumsi ini, diperlukan lebih banyak penelitian dengan memeriksa variabel tersebut.

Berdasarkan hasil latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA, LABELISASI HALAL, DAN CITRA MEREK TERHADAP**

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA *ICE CREAM MIXUE* KOTA PEKALONGAN “

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang disebutkan di atas, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha *ice cream mixue* Pringlangu Kota Pekalongan?
2. Apakah Labelisasi Halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha Usaha *ice cream mixue* Pringlangu Kota Pekalongan ?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Usaha *ice cream mixue* Pringlangu Kota Pekalongan?
4. Apakah Harga, Labelisasi Halal, dan Citra Merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pada usaha *ice cream mixue* Pringlangu Kota Pekalongan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan maka tujuan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen pada usaha *Ice cream mixue* Pringlangu Pekalongan ?
2. Untuk mengetahui pengaruh Labelisasi Halal terhadap kepuasan konsumen Pada Usaha Usaha *Ice Cream Mixue* Pringlangu Pekalongan ?

3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap kepuasan konsumen pada usaha Usaha *Ice Cream Mixue* Pringlangu Pekalongan ?
4. Untuk mengetahui apakah Harga, Labelisasi Halal dan Citra Merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha *Ice Cream Mixue* Pringlangu Pekalongan?

D. Pembatasan Masalah

Temuan penelitian memiliki keterbatasan sebagai berikut.:

1. Penelitian ini dilakukan di Gerai *Ice cream mixue* Pringlangu Kota Pekalongan.
2. Variabel yang digunakan meliputi variabel independen (X), harga (X1), Labelisasi halal (X2), dan Citra merek (X3) serta variabel dependent (Y) yaitu kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, penelitian ini dibatasi pada pengaruh Harga, Labelisasi Halal, dan Citra Merek terhadap tingkat kepuasan konsumen *Ice Cream Mixue* Pringlangu Kota Pekalongan.
4. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan pembelian di Gerai *Ice Cream Mixue* Pringlangu Kota Pekalongan.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian berikut ini diharapkan dapat bermanfaat:

1. Secara Praktis

a. Bagi akademisi

Temuan penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan perubahan harga, labelisasi halal, dan citra merek terhadap tingkat kepuasan konsumen pada usaha *ice cream mixue* Pringlangu Kota Pekalongan.

b. Bagi Pihak Praktisi

Diharapkan temuan penelitian dapat memberikan informasi bagi *Ice cream mixue* Pringlangu Kota Pekalongan mengenai pengaruh harga, labelisasi halal, dan citra merek sehingga bisnis dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen *ice cream mixue* Pringlangu Kota Pekalongan

2. Secara Teoritis

Temuan penelitian ini, secara teoritis Diharapkan mampu memberikan dukungan informasi dan sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin mendalami masalah terkait (Manalu, 2021).

F. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini sistematikanya dibagi menjadi lima bagian. yang masing-masing bab akan dijelaskan langsung saja sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini dibagi menjadi sub-sub meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori-teori tentang landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, seting, populasi dan sampel, variabel, sumber data, teknik pengambilan data, serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang penyusunan dan pengembangan yang dibutuhkan dalam penelitian seperti deskripsi umum yang meliputi objek penelitian, deskripsi data, penyajian dan analisis serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir yang meliputi uraian yang berisi kesimpulan dan hasil penelitian dan implikasinya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian terkait pengaruh Harga, Labelisasi Halal, dan Citra Merek Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pada usaha *Ice Cream Mixue* Pringlangu Kota Pekalongan, dengan demikian, kesimpulan berikut dapat diungkapkan:

1. Persepsi Harga secara persial mempunyai dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen *Ice Cream Mixue* Pringlangu Kota Pekalongan dengan perbandingan nilai t hitung sebesar 5,617, t tabel sebesar 1,984, dan nilai signifikansi sebesar 0,000.
2. Labelisasi Halal secara persial Tidak ada dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen *Ice Cream Mixue* Pringlangu Kota Pekalongan dengan perbandingan nilai t hitung sebesar -0,405, t tabel sebesar 1,984, dan nilai signifikansi sebesar 0,687.
3. Citra Merek secara persial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen *Ice Cream Mixue* Pringlangu Kota Pekalongan dengan perbandingan nilai t hitung sebesar 5,438, t tabel sebesar 1,984, dan nilai signifikansi sebesar 0,000.
4. Harga, Labelisasi Halal, dan Citra Merek terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen *Ice Cream Mixue* Pringlangu Kota Pekalongan dengan perbandingan nilai F hitung 58,614, F tabel sebesar 2,699 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.

5. Koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,636 yang menunjukkan bahwa variabel independent (Harga, labelisasi halal, dan citra merek) secara simultan memberi kontribusi sebesar 63,6 % dan tersisa 36,4 % diubah oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini terdapat beberapa kekurangan dan hambatan yang dihadapi oleh peneliti, hal ini disebabkan oleh:

1. Keterbatasan pada variabel Harga, Labelisasi Halal, dan Citra Merek. Jadi, Ada kemungkinan akan ada faktor lain yang berdampak negatif terhadap persepsi konsumen.
2. Keterbatasan waktu penelitian serta Memanfaatkan sumber data kuesioner yang diberikan kepada responden yaitu peneliti dan terkadang responden kurang memberikan tanggapan yang baik. Sehingga berdasarkan keterbatasan penelitian tersebut, perlu disampaikan saran sebagai berikut :
3. Bagi *Ice Cream Mixue* Pringlangu Kota Pekalongan, Penelitian ini dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan mempertimbangkan beberapa factor yang perlu di tingkatkan.
4. Setelah dilakukan penelitian lebih lanjut, diharapkan terbatasan dalam penelitian ini dapat disempurnakan dan lebih dikembangkan antara lain dengan : Melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kepuasan konsumen dengan menambahkan variabel lainnya sebagai variabel independent, agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran lebih

luas serta sangat dimungkinkan variabel lain memiliki pengaruh itu lebih menghormati kebutuhan konsumen dan menambahkan waktu penelitian yang lebih menyeluruh diharapkan dapat menghasilkan hasil analisis yang lebih andal.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01). <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.4>
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1).
- Ananta, R. D. (2018). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh citra merek (studi pada pengguna motor yamaha R15 di Yogyakarta). *Manajemen*, July, 1–23.
- Anggraini, N. P., & Suryoko, S. (2018). PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUSAN PELANGGAN (Studi pada Konsumen Kosmetik Sariayu di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3).
- Devi, A., Sumarsono, P., Amir, F., Syariah, E., Keislaman, F., & Madura, U. T. (2023). BANGKALAN ANALYSIS OF THE RESPONSE OF DUCK RESTAURANT BUSINESS ACTORS TO THE OBLIGATION OF HALAL CERTIFICATION IN BANGKALAN REGENCY Detail Artikel : *Dimensi*, 12(1).
- Effendi, Z. R., Sentosa, E., & Nursina. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok. *Ikraith-Ekonomika*, 5(1).
- Elhias, M. A., Soheri, S., & Kurniawan, H. (2021). ANALISIS METODE KANO DAN OPTIMASI PADA LAYANAN WARUNG BAKSO. *INFOSYS (INFORMATION SYSTEM) JOURNAL*, 6(1).

<https://doi.org/10.22303/infosys.6.1.2021.83-92>

Fadillah Riyadi, P. P., & Hernawati, R. (2022). Hubungan antara Brand Image dengan Sikap Calon Konsumen. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.829>

Febri, E., Sudarwanto, T., & Prio Santoso, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bakso Mama 1 Jombang. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(2), 164–180. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i2.100>

Fitri, L., Mahzum, E., & Hamid, A. (2022). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN APLIKASI QUIZIZZ DALAM EVALUASI PEMBELAJARAN FISIKA TERHADAP KEMAMPUAN KOGNITIF SISWA. *Jurnal Pendidikan Fisika*, 11(2). <https://doi.org/10.24114/jpf.v11i2.38115>

Hariyanto, R. C., & Wijaya, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Awareness terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1). <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17192>

Hartadijaya, J., & Lego, Y. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Mixue Taman Ratu di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2). <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23421>

Istikomah, N., & Hartono, B. (2022). ANALISIS PERSEPSI PROMOSI GRATIS ONGKOS KIRIM (ONGKIR) SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2). <https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1i2.1011>

Lili, N. A., Niswaty, R., Baharuddin, A., Akib, H., & Nur, A. C. (2022). Peran Influencer, Viral Marketing, dan Citra Merek dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal pada Followers Instagram @Somethincofficial. *Jurnal Ekonomektriks (Ekonomi, Manajemen, Akuntansi)*, 5(2).

Manalu, W. K. (2021). Partisipasi Masyarakat Dalam Pelestarian Wisata Sawah

Sebagai Sebuah Kearifan Lokal (Studi Kasus: Dusun VI Rawa Badak Desa Pematang Johar, Kecamatan Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang. *Skripsi*, 14(1).

Mardikaningsih, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 1(1).

Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01).

Marlina, L. (2018). Bab Ii Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling, Risdiansyah 2017*, 7–19.

https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/215072/File-10_Bab-II-Landasan-Teori.pdf

Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Y.O.U PADA HASANAH MART AIR HAJI. *JURNAL ECONOMINA*, 2(2).
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>

Maros, F. (2022). PENELITIAN LAPANGAN (FIELD RESEARCH). *Ilmu Komunikasi*.

Meiryani. (2021). Memahami Uji Heteroskedastisitas Dalam Model Regresi. *Binus University*.

Melinda Sinaga, T., & Wijaya, R. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Aroma Bakery & Cake Shop Di Mandala By Pass Medan. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* (Vol. 4, Issue 1).

Neni, N., Ridwan, R., & Nurani, N. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT CIPTA KARYA TECHNOLOGY MAKASSAR XL

HOM. *Jurnal Malomo: Manajemen Dan*

Nugeroho, A. A. U., Perdana, S., & Hunusalela, Z. F. (2023). Pelatihan Peningkatan Kualitas Layanan untuk Kepuasan Pelanggan Gama UI Cabang Pondok Labu. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1).
<https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v6i1.14934>

Nurmaulida, S., & Ridwan, T. (2023). Penerapan Analisis Swot dalam Strategi Marketing Syariah di IAI Bunga Bangsa Cirebon. *Inkubis : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.59261/inkubis.v3i1.38>

Nursyawal, A. H., Listyaningrum, R. S., & Mae, A. (2023). Kajian Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Bubble Tea pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung. *JURNAL AGROINDUSTRI HALAL*, 9(1). <https://doi.org/10.30997/jah.v9i1.6407>

Nurudin, N. . (2023). Pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *MAGNA: Journal of Economics, Management, and Business*, 2(1).

Pane, A. D. P., & Lubis, F. A. (2023). Analisis pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus Ayam Geprek Dower Pekanbaru). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1).

Prasetyorini, P., Redjeki, S., & Pratiwi, E. D. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Tabularasa Cafe Jember. *LITERATUS*, 5(1).
<https://doi.org/10.37010/lit.v5i1.923>

Rachmania, R. (2021). Pengaruh Perceived Social Media Marketing Instagram Shopee Indonesia Terhadap Niat Beli pada E-Commerce. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(6). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i6.1417>

Sari, K. (2020). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi Ojek Online

Grab di Kudus. *Respository IAIN Kudus*.

Setyawati, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Cafe Just 4 Fun Balikpapan. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 1(1).

Sopi, S., & Nafiah, Z. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN BARANG. *JURNAL STIE SEMARANG (EDISI ELEKTRONIK)*, 15(2). <https://doi.org/10.33747/stiesmg.v15i2.630>

Sumaeni, HR, S., & Damyanti, F. (2019). Pengaruh Pengawasan Dan Kondisi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Uptd Puskesmas Pondoh Kabupaten Indramayu. *Jurnal Investasi*, 6(1).

Sutedjo, A. (2013). Implementasi dan Evaluasi Pembelajaran E-Learning Pada Mata Kuliah Geografi Transportasi dan Komunikasi Mahasiswa yang Memprogram di Semester Gasal Tahun Akademik 2012/2013. *Jurnal Geografi*, 11(21).

Syatar, A., Rifaldi, R., Bakry, M., Mustafa, Z., & Asti, M. J. (2023). Pencantuman Labelisasi Halal Bagi Kepercayaan Konsumen Perspektif Masalah Mursalah. *KALOSARA: Family Law Review*, 2(2). <https://doi.org/10.31332/kalosara.v2i2.4376>

Syukur, P. A., & Syahbudin, F. (2020). KONSEP MARKETING MIX SYARIAH. *JURNAL EKONOMI DAN PERBANKAN SYARIAH*, 5(1). <https://doi.org/10.46899/jeps.v5i1.167>

Tahliani, H. (2023). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Syar'ie : Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, 6(1).

Toeasey, L. D., & Rakhman, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen. *Action Research Literate*, 7(2). <https://doi.org/10.46799/ar1.v7i2.141>

vania marsha kristiani. (2022). *Brand Image adalah: Pengertian dan Fungsinya bagi Kemajuan Bisnis*. Hashmicro.Com.

Waluyo, W. (2021). PENDIDIKAN ISLAM DALAM PANDANGAN M.NATSIR. *RUSYDIAH: Jurnal Pemikiran Islam*, 2(1).
<https://doi.org/10.35961/rsd.v2i1.196>

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1).

Yeni Aprilinda Lubis, Zainarti, Ella Safitri, & M. Hizbullah Hasibuan. (2023). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Pada Usaha Dimsum (Studi Kasus Restoran Layar Dimsum, Percut Sei Tuan, Deli Serdang). *Economic Reviews Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.56709/mrj.v2i2.102>

Yudhistira, L. R., & Asim. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Divisi Bazaar Transmart Ambassador Jakarta. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 9(1).

Lampiran 13

RIWAYAT HIDUP PENULIS**A. IDENTITAS**

1. Nama : Mifbakhul Anam
2. Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 24 Desember 1999
3. Alamat Rumah :Ds.Pringsurat Rt 01/Rw 01 Kec.Kajen
Kab.Pekalongan
4. Nomor *handphone* : 0857-4112-4463
5. Email : mifbakhulanam75@gmail.com
6. Nama Ayah : Sokhan
7. Pekerjaan Ayah : Buruh
8. Nama Ibu : Sutriningsih (almh)
9. Pekerjaan Ibu : -

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD Negeri Pringsurat 02 (2006-2012)
2. SMP : SMP N 04 Kajen (2012-2015)
3. SMA : SMA N 1 Bojong (2015-2018)

Pekalongan, 26 November 2023



Mifbakhul Anam