

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen kerupuk ikan. Fokus penelitian dilakukan pada seluruh konsumen yang sudah pernah membeli produk kerupuk ikan di Kelurahan Tanjung Paser. Sertifikasi halal dipandang sebagai salah satu faktor penting dalam memberikan kepercayaan kepada konsumen, sedangkan persepsi harga dan kualitas produk merupakan elemen utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada seluruh konsumen yang tertarik dan sudah pernah membeli produk kerupuk ikan di Kelurahan Tanjung Paser. Sampel penelitian diambil menggunakan *Teknik Hair Sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (sertifikasi halal, persepsi harga, dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian konsumen).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal, persepsi harga, dan kualitas produk secara parsial dan simultan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi produsen kerupuk ikan, khususnya dalam meningkatkan daya saing produk melalui perbaikan kualitas dan kepatuhan terhadap standar sertifikasi halal.

Kata Kunci: Sertifikasi halal, persepsi harga, kualitas produk, keputusan pembelian, kerupuk ikan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of halal certification, price perception, and product quality on consumer purchasing decisions for fish cracker products. The focus of the study was on all consumers have purchased fish cracker products in Tanjung Pasir Village. Halal certification is seen as one of the important factors in providing trust to consumers, while price perception and product quality are the main elements in influencing purchasing decisions.

This study uses a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to all consumers who are interested and have purchased fish cracker products in Tanjung Pasir Village. The research sample was taken using the Hair Sampling Technique. Data analysis was carried out using multiple linear regression to test the influence of each independent variable (halal certification, price perception, and product quality) on the dependent variable (consumer purchasing decisions).

The results of the study indicate that halal certification, price perception, and product quality partially and simultaneously have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions. This finding provides an important impression for fish cracker producers, especially in increasing product competitiveness through improving quality and compliance with halal certification standards.

Keywords: *Halal certification, price perception, product quality, purchasing decisions, fish crackers.*