

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh kesadaran halal, kualitas pelayanan dan harga produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Teanol café beringin kota jambi. Sampel dari penelitian ini yaitu konsumen Teanol café beringin yang tidak dapat di tentukan populasinya. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode angket atau kuesioner, dengan desain penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif dalam penelitian meliputi uji validitas, reliabilitas, pengujian hipotesis meliputi uji t, uji f dan koefisien determinasi (R^2). Teknik Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian variabel Kesadaran halal, Kualitas Pelayanan dan Harga produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Teanol café beringin kota jambi.

Kata Kunci: Kesadaran Halal, Kualitas Pelayanan, Harga Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine and determine the influence of halal awareness, service quality and product price on purchasing decisions of consumers of Teanol café beringin in Jambi city. The sample of this study is consumers of Teanol café beringin whose population cannot be determined. The data collection method used is a questionnaire method, with a quantitative research design. Quantitative methods in the study include validity tests, reliability, hypothesis testing including t-test, f-test and coefficient of determination (R^2). Data analysis techniques use multiple linear regression analysis. The results of the study indicate that the halal awareness variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, the service quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions and product prices have a positive and significant effect on purchasing decisions. Then the variables of halal awareness, service quality and product prices have a simultaneous effect on purchasing decisions of consumers of Teanol café beringin in Jambi city.

Keywords: *Halal Awareness, Service Quality, Product Price, Purchasing Decision*