


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK ES KRIM AICE (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)**

**WINDA JULIA MONICA**

**11471205161**

*Es krim Aice merupakan produk es krim yang sedang populer dikalangan anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua. Namun, produk es krim Aice ini masih tergolong produk baru di Indonesia sehingga produk es krim Aice harus bersaing dengan produk es krim merek lain seperti es krim Walls dan es krim Campina yang sudah lama produk es krim ini ada di Indonesia. Untuk itu, produk es krim Aice harus mempertahankan kualitas produk dan harga agar masyarakat tetap memiliki daya tarik untuk membeli produk es krim Aice dan juga lebih memperhatikan dan memperjelas kehalalan produk es krim Aice. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Es Krim Aice (Studi Kasus pada Masyarakat Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan kota Pekanbaru).*

*Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang responden. Dari hasil penelitian yang diperoleh persamaan regresi linier berganda  $Y = 0,610 + 0,289X1 + 0,330X2 + 0,339X3 + e$ . berdasarkan uji parsial variabel Kualitas Produk, Harga, dan Label Halal memiliki pengaruh secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian. Dan berdasarkan uji simultan variabel Kualitas Produk, Harga, dan Label Halal memiliki pengaruh secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian pada merek produk es krim Aice. Selanjutnya besar pengaruh variabel independent (kualitas produk, harga, dan label halal) terhadap variabel dependent (keputusan pembelian) adalah 54,6%.*

*Kesimpulan dari penelitian ini adalah baik kualitas produk maupun harga dan label halal yaitu sama-sama memiliki hasil yang positif terhadap keputusan pembelian, dengan variabel yang paling mendominasi adalah label halal sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian produk es krim merek Aice. Saran dari penelitian ini bahwa produk es krim Aice harus lebih memperhatikan dan memperjelas kehalalan produk es krim merek Aice tersebut agar konsumen yang terutama beragama islam tidak ragu untuk membeli produk tersebut.*

**Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Label Halal, dan Keputusan Pembelian**