

## ABSTRAK

Dunia bisnis berkembang pesat dan canggih. Sehingga meningkatnya permintaan konsumen terhadap makanan siap saji dan Makanan beku, terutama di kalangan pekerja. Selain faktor penghematan waktu, produk makanan beku dapat menjadi cara yang nyaman dan terjangkau untuk memasukkan nutrisi ke dalam pola makan teratur. Pasar makanan beku Indonesia sangat kompetitif, sehingga menimbulkan banyaknya pesaing.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian di mitra kios unggas talang kelapa (studi pada masyarakat talang kelapa kecamatan alang -alang lebar). Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah masyarakat yang memberi keputusan pembelian di kios unggas. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan 97 sebagai responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Dengan tahap pengujian adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji statistik T, uji simultan F, dan uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dengan menggunakan program SPSS statistics 24.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Thitung lebih besar Ttabel yaitu  $2.117 > 1.661$  sig  $0.3 < 0.05$  sehingga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan antara variabel labelisasi halal terhadap keputusan pembelian. Thitung lebih besar Ttabel yaitu  $4.370 > 1.661$  dan hasil signifikan dalam uji t Adalah  $0.000 < 0.05$  sehingga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Adapun secara simultan Variabel labelisasi halal dan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) di kios unggas talang kelapa.

**Kata kunci: Harga, Keputusan Pembelian, Kios Unggas, Labelisasi Halal, Makanan Beku.**

## **ABSTRACT**

*The business world is developing rapidly and sophisticatedly. So demand increases consumers of ready-to-eat food and frozen food, especially among workers. In addition to the time saving factor, frozen food products can be a convenient and affordable way to incorporate nutrients into a regular diet. Frozen food market Indonesia is very competitive, giving rise to many competitors.*

*This research was conducted with the aim of finding out the effect of halal labeling and price on purchasing decisions at Talang Kelapa poultry kiosk partners (study on Talang Kelapa community, Alang - Alanglebar Subdistrict). The method used in This research is a quantitative method. The population in the research is the community provide purchasing decisions at poultry stalls. Sampling used purposive sampling with 97 as respondents. Data was collected through distributing questionnaires. The testing stages are validity test, reliability test, normality test, test multicollinearity, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, T statistical test, test simultaneous F, and test the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) using the SPSS statistics program 24.*

*The results of this study prove that Tcount is greater than Ttable, namely  $2.117 > 1.661$  sig  $0.3 < 0.05$  so that partially it has a positive and significant influence between the variables halal labeling on purchasing decisions. Tcount is greater than Ttable, namely  $4,370 > 1,661$  and the significant result in the t test is  $0.000 < 0.05$  so it partially has positive and significant influence of price on purchasing decisions. As for Simultaneously, the variables halal labeling and price have a significant influence on purchasing decision variable (Y) at the Talang Kelapa poultry kiosk.*

***Keywords: Price, Purchase Decision, Poultry Kiosk, Halal Labeling, Frozen Food.***