

ABSTRACT

The research aims to identify the influence of product quality, brand image and halal certificate the consumer purchasing decision on products McDonald's. The respondents of this research are the consumer McDonald's South Tangerang in Bintaro sector 9. This research was conducted with 136 respondents by using quantitative approach. SEM-PLS have employed in data analysis. The results of this study indicate that the quality product haven't been significantly affect consumer purchasing decision on product McDonald's and brand image and halal certificate have been significantly influence on the counsumer purchasing decision on product McDonald's.

Keyword: Product Quality, Brand Image, Halal Certificate, Purchasing Decision



ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk McDonald's. Responden penelitian ini adalah konsumen McDonald's Tangerang Selatan di Bintaro Sektor 9. Penelitian ini dilakukan terhadap 136 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji t kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk McDonald's, dan citra merek serta sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk McDonald's

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Sertifikasi Halal, Keputusan Pembelian

