

***The Influence of Price, Halal Certification, and Perceived Value on Food Purchasing Decisions at RamenYa! Restaurants in Jabodetabek***

**By Airlangga Hernadi**

**Abstract**

*The disappearance of borders between countries has strengthened cultural exchange, including in the food sector. This condition has encouraged many restaurants specializing in food from other countries to be established in Indonesia. However, many restaurants claim that their products are halal by simply stating "no pork no lard". This study aims to analyze the effect of price, halal certification, and perceived value on purchasing decisions of RamenYa! as a restaurant engaged in Japanese cuisine. This study uses a quantitative method with the PLS technique to analyze the data obtained. The data were obtained by distributing questionnaires to 100 respondents in Jabodetabek which were determined by the Lemeshow formula. The results of this study indicate that price, halal certification, and perceived value influence purchasing decisions for food at RamenYa! The implications of this finding indicate that consumer purchasing decisions for food at RamenYa! tend to increase when RamenYa! sets relevant prices compared to other ramen restaurants, consistently maintains and promotes halal certification, and creates a positive perception of value in the minds of consumers. This study is expected to provide input and evaluation for culinary business actors regarding the factors that need to be considered in assessing consumer purchasing decisions.*

*Keywords: price, purchasing decision, perceived value, halal certification*

# **Pengaruh Harga, Sertifikasi Halal, Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Restoran RamenYa! Di Jabodetabek**

**Oleh Airlangga Hernadi**

## **Abstrak**

Hilangnya batas antar negara membuat pertukaran budaya semakin kuat, termasuk pada sektor makanan. Kondisi tersebut mendorong banyaknya restoran khas makanan dari negara lain yang berdiri di Indonesia. Akan tetapi, banyak restoran yang mengklaim produknya halal hanya dengan mencantumkan keterangan "*no pork no lard*". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, sertifikasi halal, dan persepsi nilai terhadap keputusan pembelian RamenYa! sebagai restoran yang bergerak di kuliner khas Jepang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik PLS untuk menganalisis data yang diperoleh. Adapun data diperoleh melalui penyebaran kuesioner ke 100 responden di Jabodetabek yang ditentukan oleh rumus Lemeshow. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, sertifikasi halal, dan persepsi nilai berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan pada restoran RamenYa!. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap makanan di RamenYa! cenderung meningkat ketika RamenYa! menetapkan harga yang relevan dibandingkan restoran ramen lainnya, secara konsisten menjaga dan mempromosikan sertifikasi halal, serta menciptakan persepsi nilai yang positif di benak konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan evaluasi bagi pelaku usaha kuliner terkait faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menilai keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: harga, keputusan pembelian, persepsi nilai, sertifikasi halal