

ABSTRAK

Raissa Anindya Azzahra, 2025. Pengaruh Media Sosial, Sertifikasi Halal, Variasi Produk Terhadap Daya Tarik Konsumen Pada Papa Cookies Di Kota Banjarmasin. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dra. Faridah MHI dan Supian Sauri, S.E.I., M.E.

Kata Kunci: Media Sosial, Sertifikasi Halal, Variasi Produk, Daya Tarik Konsumen, Papa Cookies

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen dalam memilih produk, termasuk dalam sektor makanan ringan. Konsumen kini tidak hanya mempertimbangkan harga dan kualitas, tetapi juga aspek lain seperti informasi di media sosial, status sertifikasi halal, serta keberagaman produk yang ditawarkan. Dalam konteks ini, penelitian dilakukan untuk mengkaji sejauh mana media sosial, sertifikasi halal, dan variasi produk memengaruhi daya tarik konsumen secara simultan maupun parsial terhadap produk Papa Cookies di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden yang merupakan konsumen Papa Cookies. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda yang mencakup uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji F untuk melihat pengaruh simultan, dan uji T untuk melihat pengaruh parsial masing-masing variabel. Seluruh data dianalisis dengan bantuan software SPSS agar hasilnya lebih akurat dan sistematis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, media sosial, sertifikasi halal, dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap daya tarik konsumen. Namun secara parsial, hanya media sosial dan variasi produk yang menunjukkan pengaruh signifikan. Sertifikasi halal tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi promosi melalui media sosial dan inovasi produk lebih menentukan dalam menarik minat beli konsumen.