ABSTRAK

Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Minat Konsumen Pada Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Di Restoran Caca Jamur Kecamatan Pancur Batu Deli Serdang

Rama Wati
71210215010

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image terhadap peningkatan minat konsumen pada UMKM Restoran Caca Jamur di Medan dalam perspektif ekonomi syariah. Dalam persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif, citra merek menjadi aspek penting yang dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan konsumen. Bagi UMKM berbasis kuliner, khususnya yang mengusung konsep halal dan sehat, brand image yang baik diyakini mampu meningkatkan ketertarikan konsumen dan mendorong niat untuk melakukan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Restoran Caca Jamur sebanyak ___ responden (isi sesuai data Anda). Analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi (R Square). Pengujian dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 23

Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image berada pada kategori tinggi, dan minat konsumen juga berada pada kategori tinggi. Melalui uji t diperoleh nilai t-hitung > t-tabel dengan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga disimpulkan bahwa brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan minat konsumen. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa brand image berkontribusi sebesar 33,0% terhadap minat konsumen, sedangkan 67,0% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini seperti harga, lokasi, promosi, kualitas pelayanan, dan atmosfer restoran.

Dari perspektif ekonomi syariah, hasil penelitian ini selaras dengan prinsip *halal–thayyib*, amanah, kejujuran, dan etika pelayanan dalam muamalah Islam. Brand image yang baik terbukti mampu dibangun melalui penerapan prinsip syariah yang menekankan kebersihan, kejujuran, kualitas produk, dan pelayanan yang ramah, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen Muslim.

Kata kunci : Brand Image, Minat Konsumen, UMKM, Restoran Caca Jamur, Ekonomi Syariah

ABSTRACT

Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Minat Konsumen Pada Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Di Restoran Caca Jamur Kecamatan Pancur Batu Deli Serdang

Rama Wati
71210215010

This study aims to examine the influence of brand image on increasing consumer interest in the Caca Jamur Restaurant an MSME operating in Medan within the perspective of Islamic economics. In an increasingly competitive culinary market, brand image plays a crucial role in shaping consumer perceptions and purchase decisions. For MSMEs offering halal and healthy food concepts, a strong brand image is believed to enhance consumer attraction and stimulate purchase intentions.

This research employs a quantitative method with an associative approach. Data were collected using questionnaires distributed to respondents (fill in according to your data). The analysis includes validity and reliability tests, simple linear regression analysis, t-test, and coefficient of determination (R Square). All statistical procedures were conducted using SPSS version 23.

The findings reveal that the brand image of Caca Jamur Restaurant is in the high category, as is consumer interest. The t-test results show that the t-value exceeds the t-table value, with a significance level of 0.000 < 0.05, indicating that brand image has a positive and significant effect on consumer interest. The R Square value indicates that brand image contributes 33.0% to consumer interest, while the remaining 67.0% is influenced by other factors not examined in this study, such as price, location, promotion, service quality, and store atmosphere.

From the perspective of Islamic economics, these findings are consistent with the principles of halal thayyib*, trustworthiness (*amanah*), honesty, and ethical conduct in Islamic business practices. A positive brand image can be strengthened through adherence to Islamic principles that emphasize cleanliness, honesty, product quality, and courteous service, thereby increasing trust and interest among Muslim consumers.*

Keywords: *Brand Image, Consumer Interest, MSMEs, Caca Jamur Restaurant, Islamic Economics*