



**Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Mie Samyang (Studi Kasus Mahasiswa
FEBI IAIN Padangsidimpuan)**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh:

**INDRA GUNAWAN
NIM. 16 402 00106**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Mie Samyang (Studi Kasus Mahasiswa
FEBI IAIN Padangsidimpuan)**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh:

**INDRA GUNAWAN
NIM. 16 402 00106**

PEMBIMBING I

Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A

NIP. 197307251999031002

PEMBIMBING II

Sry Lestari, M.E.I

NIP.198905052019032008

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Indra Gunawan**

Padangsidimpuan, Juni 2021

Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **Sahriadi Siregar** yang berjudul **"Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang(Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan)"**Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah konsentrasi Manajemen Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. Arbanur Rasyid, M.A
NIP. 197307251999003 100 2

PEMBIMBING II

Sry Lestari, M.E.I
NIP. 19890505201903 200 8

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : INDRA GUNAWAN

NIM : 164020016

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **“PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPITUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SAMYANG (STUDI KASUS MAHASISWA FEBI IAIN PADANGSIDIMPUAN)”**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 27 Februari 2021

Peneliti



INDRA GUNAWAN

NIM. 1640200106

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : INDRA GUNAWAN
NIM : 164020016
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPITUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SAMYANG (STUDI KASUS MAHASISWA FEBI IAIN PADANGSIDIMPUAN)”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 7 Februari 2021
Yang menyatakan,
Peneliti



INDRA GUNAWAN

NIM. 1640200106



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : **INDRA GUNAWAN**
NIM : **16 402 00106**
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : **Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan)**

Ketua

Dr. Arbanur Rasyid, M.A
NIP. 19730725 199903 1 002

Sekretaris

Nurul Izzah, M.Si
NIP. 19900122201801 2 003

Anggota

Dr. Arbanur Rasyid, M.A
NIP. 19730725 199903 1 002

Nurul Izzah, M.Si
NIP. 19900122201801 2 003

Dr. Rukiah, SE., M.Si
NIP. 19760324200604 2 002

Adanan Murroh Nasution, M.A
NIDN. 2104118301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : **Padangsidimpuan**
Hari/Tanggal : **Kamis / 03 Juni 2021**
Pukul : **14.00 WIB s/d 16.30 WIB**
Hasil/Nilai : **Lulus/73(B)**
Indeks Prestasi Kumulatif : **3,45**
Predikat : **SANGAT MEMUASKAN**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MIE SAMYANG(STUDI KASUS MAHASISWA FEBI
IAIN PADANGSIDIMPUAN)**

**NAMA : INDRA GUNAWAN
NIM : 16 402 00106**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, Juni 2021
Dekan,



**Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015**

ABSTRAK

Nama : Indra Gunawan
Nim : 16 402 00106
Judul skripsi : Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan).

Perkembangan dunia bisnis yang semakin meningkat menyebabkan adanya isu tentang produk-produk dipasaran yang diragukan kehalalannya, konsumen harus lebih selektif sebelum membuat keputusan pembelian. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan jumlah penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh label halal dan harga secara parsial dan secara simultan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu manajemen pemasaran. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan labelisasi halal, harga dan keputusan pembelian.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sehingga tinjauan teori disesuaikan dengan ruang lingkup yang dibahas. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dengan sampel sebanyak 74 orang. Teknik analisis data yang digunakan data time series dengan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinan, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian Secara parsial variabel labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang. Secara parsial variabel harga menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang. Berdasarkan hasil nilai *Adjusted R²* sebesar 0, 662 persen atau 66,2 persen variabel labelisasi halal dan harga memengaruhi variabel keputusan pembelian dan 33,8 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Label Halal, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPITUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SAMYANG (STUDI KASUS MAHASISWA FEBI IAIN PADANGSIDIMPUAN)”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidimpuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak

Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis.,M.A., Selaku Ketua Prodi Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M Pembimbing Akademik dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr.Arbanur Rasyid, M.A selaku pembimbing I dan Ibu Sry Lestari, M.E.I selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M.Hum., Kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penulisan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.

7. Teristimewa keluarga tercinta (Ayahanda Muhammad Yanto, Ibunda Nadrah Siregar , abaghanda Muhammad Andi Syaputra, serta adinda Putri Rahayu dan Imam Mulia) yang paling berjasa dalam hidup penulis. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya.
8. Terkhusus kepada kelurga besar bapak Dr.Arbanur Rasyid Simbolon yang telah berjasa dalam hidup penulis.Berkah Jasa, Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan, bimbingan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya.
9. Kepada keluarga besar Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Padangsidempuan yang senantiasa memberikan nasehat dan motivasi hingga terselesaikannya skripsi ini.
10. Untuk kak Ratih Karmila Sari, S.E yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan karya ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya.
11. Rekan-rekan Manajemen Bisnis Islam, terkusus Nursakina Hutasuhut dan seluruh mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
12. Teman-teman Kos Syariah, Terimakasih yang telah memberikan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan karya ini.

13. Keluarga Besar Senat Mahasiswa FEBI IAIN IAIN Padangsidempuan tahun 2017 yang telah memberikan doa dan dukungannya.
14. Keluarga Besar KSEI ITTIHAD IAIN IAIN Padangsidempuan tahun 2018 yang telah memberikan doa dan dukungannya.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbal alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, April 2021
Peneliti,

INDRA GUNAWAN
NIM. 16 402 00106

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)




ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
فا	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dam mah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....يْ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وُ.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....اَ.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ىِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....وُ	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

- a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

- b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ﺀ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Capital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FEBI IAINPADANGSIDIMPUAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Defenisi Operasional Variabel	12
F. Tujuan Penelitian.....	12
G. Kegunaan Penelitian	13
H. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	16
1. Konsep Keputusan Pembelian.....	16
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
b. Faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen.....	17
c. Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian.....	20
d. Indikator Keputusan Pembelian	21
2. Konsep Labelisasi Halal	23
a. Pengertian Label	23
b. Halal.....	25
c. Indikator Labelisasi Halal	27
3. Konsep Harga.....	27
a. Pengertian Harga.....	27
b. Tujuan Harga	28
c. Indikator Harga	30
d. Tujuan Penetapan Harga	31
e. Harga Menurut Islam	31
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pikir.....	36
D. Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
B. Jenis Penelitian	40
C. Populasi dan Sample	40
D. Instrumen Penumpulan Data	43
E. Uji Instrumen	46
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	44
G. Uji Analisi Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
1. Mie Samyang	52
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	53
3. Visi Misi	55
4. Program Studi Ekonomi Islam.....	57
B. Hasil Uji Instrumen	58
C. Hasil Analisis Data	58
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
E. Keterbatasan Penelitian	73
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Varian Rasa Dan Harga Mie Samyang.....	9
Tabel I.2	Definisi Operasional Variabel	11
Tabel II.1	Daftar Penelitian Terdahulu	31
Tabel III.1	Nilai Indikator Sekor Angket	41
Tabel III.2	Kisi-Kisi Angket Keputusan Pembelian	42
Tabel III.3	Kisi-Kisi Angket Labelisasi Halal	42
Tabel III.4	Kisi-Kisi Angket Harga.....	43
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas	56
Tabel IV.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel IV.3	Hasil Uji Normalitas	58
Tabel IV.4	Hasil Uji Multikolinieritas	60
Tabel IV.5	Hasil Uji Heterokedastisitas	60
Tabel IV.6	Hasil Uji Analisis Linier Berganda	62
Tabel IV.7	Hasil Uji Simultan (Uji F)	63
Tabel IV.8	Hasil Uji Parsial (Uji t)	64
Tabel IV.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Adjusted</i> (R^2)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir	35
Gambar IV.1 Uji Normalitas Normal Probability Plot	59
Gambar IV.1 Uji Normalitas Histogram	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Dunia Bisnis, Teknologi serta perubahan sosial yang semakin meningkat, menyebabkan perubahan di dalam jenis dan bentuk produk yang akan dikonsumsi oleh konsumen serta dapat mempengaruhi dalam menetapkan keputusan beli serta persaingan antara pengusaha dalam melebelkan makanan atau produk yang halal untuk dikonsumsi oleh konsumen sehingga dunia bisnis semakin menarik untuk diperbincangkan baik dari segi produk makanan maupun lainnya.

Pengambilan keputusan konsumen adalah suatu proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian merupakan pilihan yang disajikan secara pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan, dengan kata lain untuk membuat keputusan harus terdapat alternatif pilihan, sebaliknya jika konsumen tidak memiliki alternatif untuk memilih maka tidak dapat dikategorikan sebagai pengambilan keputusan.¹ Banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam

¹Ni Kadek Devi Aprilia Agustini, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli di Online Shop Mahasiswa Pendidikan Jurusan Ekonomi Angkatan Tahun 2012," *Jurusan Pendidikan Ekonomi* Vol.9, No.1, Tahun 2017 (27 Maret 2020).

menentukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, pribadi dan faktor psikologi.²

Proses pengambilan keputusan pada umumnya seorang konsumen akan berusaha untuk mencari informasi tentang bagaimana mengambil keputusan pembelian yang tepat. Dewasa ini konsumen sangat kritis dalam mencari dan menggali informasi tentang produk yang akan digunakan. Dalam Islam untuk memenuhi kebutuhannya, seorang muslim harus senantiasa sejalan dengan Alquran dan Sunah. Dari segi kualitas, setiap Muslim harus memperhatikan halal tidaknya sebuah produk, tayyib. Pemahaman yang semakin baik tentang agama semakin membuat umat Islam menjadi semakin selektif dalam pemilihan produk yang dikonsumsi.

Label halal adalah pemberian tanda halal atau bukti tertulis sebagai jaminan produk yang halal dengan tulisan Halal dalam huruf Arab, huruf lain dan motor kode dari Menteri yang dikeluarkan atas dasar pemeriksaan halal dari lembaga pemeriksaan halal yang dibentuk oleh MUI, fatwa halal dari MUI, sertifikat halal dari MUI sebagai jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud adalah halal dikonsumsi serta digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah. Adapun bentuk logo halal yang didukung oleh sertifikat halal dan mana yang tidak. Logo halal yang didukung oleh sertifikat MUI.³

²Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Indeks, 2007), hlm. 45.

³Ian Alfian Dan Muslim Marpaung, "Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan, At-Tawassuth" Vol. 2, No. 1, 2017 (20 April 2020).

Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengkonsumsi produk akan membuat seseorang melakukan keputusan pembelian. Menurut Fatmasari Sukesti dalam penelitiannya menyatakan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Indonesia. Faktor agama atau agama yang dianut oleh orang-orang yang faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Islam. Seperti yang telah terkandung dalam Al-Quran Surah Al-Baqoroh Ayat 168

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ

عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya :Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Dalam Tafsir Al-Wajiz / Syaikh Prof. Dr. Wahbah az-Zuhaili, pakar fiqih dan tafsir negeri Suriah Allah berfirman kepada seluruh manusia baik yang mukmin maupun yang kafir untuk memerintah mereka agar memakan makanan yang dibolehkan di bumi dan meperingatkan mereka menempuh jalan syetan dalam halal dan haram.

Label halal yang ada di kemasan produk atau di outlet toko akan menambah harga dari produk tersebut. Hal ini disebabkan untuk mendapatkan sertifikasi halal memerlukan tambahan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dan pemilihan bahan baku yang baik bagi kesehatan dan terbebas dari zat yang haram yang akan menambah nilai harga dari produk tersebut. Sehingga produk yang telah memperoleh sertifikasi halal dapat masuk dalam pangsa pasar muslim dan akan menjadi pilihan bagi konsumen muslim alternatif pemilihan keputusan pembelian. Dan variabel brand secara signifikan mempengaruhi harga. Hal ini semakin terkenal/baik citra merek yang berkembang dimasyarakat akan meningkatkan harga dari suatu produk.

Di dalam buku panduan mengenai standar jaminan produk halal menurut negara dinyatakan bahwa pengertian halal secara bahasa adalah perkara atau perbuatan yang diperbolehkan, diizinkan atau dibenarkan syari'at Islam. Sedangkan menurut istilah, halal bisa digunakan terhadap sesuatu tindakan, percakapan, perbuatan, dan tingkah laku yang boleh dilakukan oleh umat Islam tanpa dikenakan dosa.

Adapun sistem/prosedur untuk labelisasi di Majelis Ulama Indonesia dan Badan Pengawasan Obat-Obatan dan Kosmetika (BPOM) sebagai berikut: Setiap produsen mengajukan sertifikasi halal bagi produknya, harus mengisi formulir yang telah disediakan dengan melampirkan, Spesifikasi sertifikat halal dan bahan baku, bahan tambahan dan penolong, Sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia atau daerah produk lokal yang telah diakui oleh Majelis Ulama

Indonesia (MUI) produk impor untuk bahannya.⁴ Tim auditor LPPOM MUI melakukan pemeriksaan atau audit ke lokasi produsen setelah formulir beserta lampiran-lampirannya dikebalikan dan diperiksa kelengkapannya. Hasil pemeriksaan dan audit serta hasil laboratorium dievaluasi dengan tenaga ahli BPOM MUI, sidang komisi MUI dapat menolak laporan hasil audit jika dianggap belum memenuhi semua persyaratan yang telah ditentukan, Sertifikat halal dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia setelah ditetapkan status kehalalannya oleh komisi fatwa MUI, Perusahaan yang produknya telah mendapat sertifikat halal, harus mengangankan auditor halal internal sebagai bagian dari sistem jaminan halal.

Selain label halal, salah satu persoalan konsumen dalam memilih produk adalah harga dari produk itu sendiri. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan jumlah penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar semakin meningkat.⁵

⁴Girindra A, *Pengukur Sejarah SSertifikat Halal* (Jakarta: LP POM MUI, 2005), hlm. 10.

⁵Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 439.

Label halal dan harga yang ada pada suatu produk dapat berdampak pada pembelian konsumen, sebagai contoh tentang penelitian mie samyang yang merupakan makanan mie yang merupakan makan yang berasal dari korea selatan. Makanan ini diimpor oleh PT. Korinusn dan makanan ini menjadi produk yang terkenal di indonesia. Sehingga minat konsumen indonesia untuk membeli mie samyang cukup tinggi, hal ini dibuktikan dengan penjualan yang meningkat. Elevenia yang merupakan *market place* indonesia mencatat bahwa transaksi mie samyang pada tahun 2016 mencapai rata rata penjualan 9.210 bungkus per hari, sehingga sangat berdampak pada produk mie lokal yang kurang diminati oleh konsumen indonsesia.⁶

Pengaruh harga mie samyang yang bisa dibilang cukup tinggi tingkat harga jika dibaningkan dengan mie instan jenis lainnya. Berikut ini daftar varian samyang dan harganya:

Tabel I. 1

Varian Rasa Dan Harga Mie Samyang

No	Varian Rasa	Harga
1	Samyang hot chicken ramen	Rp.13.000

⁶Sumber:[http://www.cnnindonesia.com/gaya/hidup/201610215060604-262-165660/dalam sehari9210perbungkus di akses pada tanggal 10 november 2019](http://www.cnnindonesia.com/gaya/hidup/201610215060604-262-165660/dalam%20sehari%20perbungkus%20di%20akses%20pada%20tanggal%2010%20november%202019)

- 2 Samyang hot chicken ramen bingbowl Rp.23.000
- 3 Samyang hot chicken ramen ramen cup Rp.16.000
- 4 Samyang hot chicken ramen cheese
flavour Rp.20.000
- 5 Samyang hot chicken ramen ice flavour Rp.23.000
- 6 Samyang hot chicken ramen carbo mie
instan Rp.23.000

Sumber: www.iprice.co.id

Kini penjualan mie samyang di indonesia menurun sehingga PT.Korinus mengurus sertifikasi halal ke BPOM MUI. Setelah melalui serangkaian proses auditor akhirnya produk mie samyang sudah mendapatkan sertifikasi halal MUI pada tanggal 28 september 2017. Paparan di atas, maka peneliti maka peneliti

memutuskan untuk meneliti tentang pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian mie samyang pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan tahun ajaran 2017.

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas atau bukti ilmiah bagaimana pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian mie samyang yang produknya bersal dari Korea Selatan sehingga perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah untuk mengkaji dan menjadikan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan tahun ajaran 2017 sebagai populasi dari penelitian.

Atas dasar latar belakang tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisinis Islam Institua Agama Islam Negeri Padangsidempuan)”***.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Adanya kesadaran keberagaman umat Islam diberbagai negeri termasuk di Indonesia.

2. Adanya banyaknya isu tentang produk-produk dipasaran yang diragukan kehalalannya, konsumen harus lebih selektif sebelum membuat keputusan pembelian.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai pengaruh label halal dan harga Terhadap keputusan pembelian. Sehingga variabel dalam penelitian ini mempunyai 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Label halal dan harga produk sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang ditentukan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel I.2

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Pengukuran
-----------	-----------------	-----------------	------------------	-------------------------

1	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih alternatif.	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku pasca pembelian 	<i>Likert</i>
2	Labelisasi halal (X ₁)	label halal adalah tanda yang menunjukkan kehalalan suatu produk.	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengetahuan b. Kepercayaan c. Penilaian terhadap label halal 	<i>Likert</i>
3	Harga (X ₂)	Sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau	<ul style="list-style-type: none"> a. Kesesuaian harga dengan manfaat b. Keterjangkauan harga c. Kesesuaian harga 	<i>Likert</i>

jasa. dengan kualitas

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ?
3. Apakah terdapat pengaruh label halal dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas bahwa tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun Ajaran 2017 Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun Ajaran 2017 Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh label halal dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam Islam Tahun Ajaran 2017 Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi bermanfaat dan berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi seluruh pihak. Kegunaan yang diharapkan peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini bagi peneliti merupakan sarana belajar yang diharapkan akan memberikan manfaat untuk menambah ilmu pengetahuan dalam memahami dan menganalisis sejauh mana teori selama ini diperoleh dapat diterapkan dalam memecahkan masalah dalam lapangan dan sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Sarjana S-1 pada Jurusan Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat diharapkan bagi perusahaan dapat mengetahui bagaimana pengaruh label halal dan harga produk terhadap keputusan konsumen. Informasi ini sebagai bahan masukan bagi pemimpin perusahaan untuk membuat label halal dan harga produk.

3. Bagi penikmat mie Samyang

Hasil penelitian dapat memberikan informasi kepada konsumen dalam mengonsumsi mie Samyang salah satunya tentang kehalalan Samyang.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pembacanya dan juga sebagai sumber informasi yang kiranya dapat memberikan manfaat dan petunjuk untuk keperluan penelitian yang ruang lingkupnya sama.

H. Sistematika Pembahasan

Bab I pendahuluan didalamnya memuat tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam pendahuluan dibahas tentang hal yang melatar belakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul tersebut akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah dari identifikasi masalah yang ada. Batasan yang telah ditentukan akan dibahas mengenai defenisi, skala pengukuran yang berkaitan dengan variabelnya. Kemudian dari identifikasi dan batasan masalah yang ada, maka masalah akan di rumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian ini akan berguna bagi peneliti, pemerintah, dunua akademik dan para pembaca.

Bab II landasan teori didalamnya membuat tentang perangkat teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada, dalam landasan teori membahas tentang penjelasan-penjelasan mengenai variabel penelitian secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori. Kemudian teori-teori berkaitan dengan variabel penelitian tersebut akan dibandingkan dengan pengaplikasiannya, sehingga akan terlihat

jelas masalah yang terjadi. Setelah itu, penelitian ini akan dilihat dan dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang sama. Teori yang ada tentang variabel penelitian akan digambarkan bagaimana hubungan antara variabel dalam bentuk kerangka fikir. Kemudian membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian.

Bab III metodologi penelitian Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam metode penelitian membahas tentang lokasi dan waktu penelitian serta jenis penelitian. Setelah itu, akan ditentukan populasi atau pun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi sebagai sampel penelitian. Data-data yang dibutuhkan akan dikumpulkan guna memperlancar pelaksanaan penelitian, baik dengan menggunakan studi perpustakaan, dokumentasi, dan lain sebagainya. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan yang isinya tentang gambaran umum objek penelitian yang akan dilakukan peneliti, hasil uji analisis data yang olah dengan bantuan program SPSS versi 25, setelah itu peneliti membahas hasil dari penelitian yang telah diolah menggunakan SPSS versi 25.

Bab V Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang merupakan akhir dari keseluruhan uraian yang telah dikemukakan di atas.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Konsep Keputusan Pembelian

a) Pengertian Keputusan Pembelian

Kotler dan Amstrong menerjemahkan keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi dari informasi yang diperoleh, masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalah yang kemudian berujung kepada keputusan pembelian. Setiadi mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kongnitif sebagai keinginan berperilaku. Keputusan pembelian konsumen adalah serangkaian

pilihan yang dibuat oleh konsumen sebelum melakukan pembelian.

Mereka memilih, kemudian bersedia untuk membeli. Untuk memenuhi

keputusan pembelian konsumen, pemasar harus memahami proses

konsumsi dan kegunaan produk dalam persepsi konsumen. Dari

penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa semua perilaku konsumen

dilandaskan pada keinginan. yang dihasilkan konsumen secara sadar

memilih salah satu di antara tindakan alternatif yang ada.⁷

b) Faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen

Keputusan pembelian dari konsumen sangat dipengaruhi oleh

beberapa faktor penting. Faktor-faktor ini sangat penting untuk

diketahui oleh pemasar agar dapat menentukan strategi yang akan

diterapkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian

konsumen adalah:

1) Faktor Budaya

⁷Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), hlm. 121.

Faktor budaya memiliki pengaruh yang sangat luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen, mencakup budaya sub budaya dan kelas sosial konsumen. Budaya adalah suatu nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku dari keluarga dan institusi lainnya. Setiap perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai sistem nilai dan norma budaya yang berlaku pada suatu daerah tertentu, untuk itu perusahaan harus tahu produknya dipasarkan pada suatu daerah yang kebudayaannya seperti apa dan bagaimana.⁸

2) Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial konsumen. Kelompok acuan adalah kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau tingkah laku seseorang. Kelompok yang mempunyai pengaruh

⁸Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2017), hlm. 113-118.

langsung terhadap seseorang disebut kelompok keanggotaan. Ini merupakan kelompok dimana orang tersebut ikut serta dan berinteraksi. Seperti teman, saudara, tetangga dan rekan kerja, yang mana orang tersebut secara terus menerus terus berinteraksi dengan mereka. Keluarga adalah organisasi konsumen pembeli yang terpenting dalam masyarakat yang telah diteliti secara ekstensif dan luas. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Kita bisa membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli. Keluarga orientasi yang terdiri dari orang tua. Pengaruh yang lebih berlangsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga prokreasi seseorang. Dalam suatu keluarga, anggota keluarga yang menentukan untuk mengambil keputusan dalam suatu kategori produk ternyata berbeda-beda.

Sedangkan peran status seseorang yang berpartisipasi diberbagai kelompok dan membawa pada posisi tertentu. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang

diberikan oleh masyarakat. Seseorang sering kali memilih produk yang menunjukkan status mereka dalam masyarakat.

Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat ditetapkan lewat peran nya maupun statusnya dalam organisasi tersebut. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Seseorang sering kali memilih produk yang menunjukkan status mereka dalam masyarakat.

3) Faktor Pribadi

Seseorang dalam mengambil keputusan untuk membeli produk dipengaruhi oleh beberapa faktor yang bersifat individu yaitu usia, situasi ekonomi, gaya hidup. Usia berhubungan erat dengan perilaku dan selera seseorang, dengan bertambahnya usia seseorang diikuti pula dengan berubahnya selera terhadap produk, begitu juga dengan faktor pekerjaan dan ekonomi. Orang dewasa akan mempunyai perilaku yang berbeda dengan anak-anak atau bahkan

dengan remaja, karena kebutuhan yang mereka butuhkan pun berbeda sesuai dengan tingkat usianya.

4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis biasanya mempunyai pengaruh yang sangat sempit ini dikarenakan hanya mencakup bagian sikap atau psikologis. Faktor psikologis biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap.

c) Peranan konsumen dalam keputusan pembelian

Faktor pendorong yang sangat kuat dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh sejumlah orang memiliki keterlibatan dalam keputusan pembelian. Orang yang memiliki keterlibatan dalam keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- 1) pengambilan inisiatif, yaitu individu yang mempunyai inisiatif pembelian barang tertentu atau yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tetapi tidak mempunyai wewenang untuk melakukan sendiri.

- 2) Orang yang mempengaruhi (*influencer*) individu yang mempengaruhi keputusan untuk membeli baik secara sengaja maupun tak sengaja.
- 3) Pembuat keputusan (*decider*) individu yang memutuskan apakah akan membeli atau tidak, apa yang akan dibeli, bagaimana membelinya, kapan dan di mana membelinya.
- 4) Pembeli (*buyer*) adalah individu yang melakukan pembelian sesungguhnya.
- 5) Pemakai (*user*) individu yang menikmati atau memakai produk atau jasa yang dipakai.⁹

d) Indikator Keputusan Pembelian

- 1) Pengenalan masalah

Pengenalan masalah merupakan tahap pertama diproses keputusan pembelian, dimana konsumen mengenali masalah atau kebutuhan. Pada tahap ini seorang konsumen juga harus dapat

⁹Tengku Putri Lindung Bulan, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* Volume 5, No. 1 (Mei 2016).

membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Pengenalan masalah terjadi ketika suatu konsumen melihat suatu masalah yang menimbulkan kebutuhan dan ia termotivasi untuk menyelesaikan masalah atau memenuhi kebutuhan itu. Pengenalan masalah terjadi karena adanya perbedaan antara kondisi atau situasi ideal yang diinginkan konsumen dengan kondisi atau situasi yang sesungguhnya. Pengenalan masalah juga dapat disebabkan oleh rangsangan internal dan eksternal.

2) Pencarian informasi

Ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan bisa dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi produk, maka konsumen mulai mencari informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan pembelian. Biasanya pencarian tahap awal adalah dengan menggali ingatan pengalaman masa lalu atau pengetahuan yang sudah ada tentang produk tersebut di sebut dengan pencarian informasi internal. Konsumen yang sudah membeli produk secara berulang-

ulang, maka informasi yang tersimpan sudah cukup untuk menghasilkan keputusan pembelian.

3) Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif pada tahap ini konsumen membandingkan berbagai merek produk yang diharapkan untuk mengawali proses keputusan pembelian. Berbagai merek yang diidentifikasi sebagai pilihan pembelian untuk di pertimbangkan lebih lanjut dalam proses evaluasi alternatif. Dalam hal ini, konsumen mengurangi jumlah merek yang akan dievaluasi pada tingkat dan jumlah yang akan dikelola.

4) Keputusan pembelian

Pada tahap keputusan pembelian konsumen harus berhenti mencari dan berhenti melakukan evaluasi untuk membuat keputusan pembelian. Untuk itu, konsumen mengarah kepada niat atau keinginan untuk membeli dengan kecenderungan untuk membeli merek tertentu.

5) Perilaku pasca pembelian

Sesudah melakukan keputusan pembelian konsumen akan merasakan kepuasan atau ketidak puasan. Kepuasan terjadi ketika harapan konsumen dapat dipenuhi oleh produk yang bersangkutan atau bahkan melebihi. Konsumen yang merasa puas dengan sebuah produk biasanya juga akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Ketidak puasan terjadi ketika kinerja produk berada di bawah harapan.

2. Konsep Labelisasi Halal

a. Pengertian Label

Labelisasi adalah kata yang berasal dari Bahasa Inggris *label* yang berarti nama atau memberi. Sedangkan dalam terminologi materi ini bagian dari sebuah barang yang berisikan keterangan atau kata-kata tentang barang tersebut atau penjualannya. Menurut Stanton dan William label merupakan bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualannya.

Label mempunyai hubungan erat dengan pemasaran. Label merupakan bagian dari suatu produk yang mempunyai informasi tentang apa yang ada dalam penjual dan produk itu sendiri. Pemberian label merupakan elemen produk yang sangat penting dan patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen. Secara umum, label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluwarsa dan keterangan legalitas. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau bisa sebagai tanda pengenal yang melekat dalam kemasan.

b. Halal

Halal berasal dari bahasa arab yang berarti melepaskan atau tidak terikat. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dilakukan secara bebas atau tidak terikat oleh hal-hal yang melarangnya. Al-Juljuri ahli Bahasa arab dalam kitab *At-ta'rifat* mengemukakan bahwa kata halal menyangkut kebolehan menggunakan benda-benda atau apa saja

yang dibutuhkan untuk memenuhi keperluan fisik, termasuk di dalamnya makanan, minuman dan obat-obatan. Halal juga dapat dikatakan adalah sesuatu yang denganya terurailah buhul yang membahayakan, dan Allah memperbolehkan untuk dikerjakan.¹⁰

Syarat- syarat produk pangan halal menurut syariat Islam adalah.

1. Halal dzatnya adalah halal dari hukum asalnya misalnya sayuran.
2. Halal cara memperolehnya yaitu cara memperolehnya sesuai dengan syariat Islam misalkan tidak dengan cara dicuri.
3. Halal dalam prosesnya adalah cara memproduksinya sesuai dengan ajaran agama Islam misalnya proses penyembelihan binatang dengan syariat Islam harus dengan membaca Bismillah.
4. Halal dalam penyimpanannya, yaitu maksudnya tempat penyimpanannya tidak mengandung barang yang diharamkan misalnya, babi, anjing dan lain-lainnya.

¹⁰Yusuf Qardhawi, *Halal Haram dalam Islam* (Solo: Era Intermedia, 2003), hlm. 31.

5. Halal dalam pengangkutannya adalah misalnya binatang yang mati dalam pengangkutan sekalipun baru sebentar, tidak boleh ikut dicampurkan untuk disembelih dan dikonsumsi oleh manusia.
6. Halal dalam penyajiannya, dalam penyajiannya tidak mengandung barang yang diharamkan.¹¹

c. Indikator Labelisasi Halal

Berikut adalah indikator labelisasi halal:¹²

1. Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk bertindak lanjut apa yang melekat di benak seseorang.

a) Kepercayaan

¹¹ Dwi Edi Wibowo dan Benny Diah Mandusari, "Indonesia Journal Of Halal ISSN. 2633-162X,".

¹² Aldy Pratama Simatupang, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pizza Hut Kota Medan)," dalam *Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara 2018*.

Kepercayaan adalah keadaan psikologis disaat seseorang memanggap sesuatu itu adalah benar.

b) Penilaian

Penilaian terhadap labelisasi halal sebagai suatu proses, cara, perbuatan menilai dan pemberian nilai yang diberikan terhadap labelisasi halal.

3. Konsep Harga

a. Pengertian Harga

Dalam pemasaran pada umumnya berkaitan langsung dengan masalah harga suatu produk jika penentuan harga tidak sesuai dengan kondisi produk, tentu saja akan menjadi masalah bagi pemasar. Harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat ukur. Harga merupakan atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebahagian besar konsumen untuk mengevaluasi merek. Jika harga produk dengan harga tinggi akan

memberikan pesan kepada konsumen mengenai kualitas produk yang juga tinggi begitu juga dengan sebaliknya.

b. Tujuan Penetapan Harga

Pada dasarnya ada beraneka ragam tujuan penerapan harga. Berikut ini adalah beberapa diantaranya adalah:

1. Tujuan berorientasi pada laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba terbesar. Tujuan ini dikenakan dengan istilah maksimalisasi laba. Dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks dan banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, maksimalisasi laba sangat sulit dicapai, karena sukar sekali untuk dapat memperkirakan secara akurat jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian tidak mungkin sebuah perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimal.

2. Tujuan berorientasi pada volume

Selain berorientasi pada laba ada juga perusahaan yang menetapkan harga berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu yang biasa dikenal dengan istilah *volume pricing objectives*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan atau pangsa pasar

3. Tujuan berorientasi pada citra

Citra sebuah perusahaan dapat diciptakan berdasarkan dan dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga mahal untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sedangkan, harga murah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu, misalnya dengan memberi jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah di suatu wilayah tertentu. Pada hakikatnya, baik penetapan harga yang mahal dan murah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

c. Indikator Harga

Berikut ini adalah indikator harga:¹³

1. Kesesuaian harga dengan manfaat

Harga yang ditawarkan oleh produsen untuk suatu produk harus memiliki kesesuaian dengan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut.

2. Keterjangkauan harga

Konsumen mampu membeli dan mendapatkan suatu produk dengan harga yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

3. Kesesuaian harga dengan kualitas

Harga yang ditawarkan untuk suatu produk harus sesuai dengan kualitas dari produk tersebut.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah kumpulan dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu, yang mana penelitian tersebut

¹³Syarifah Aini, *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy Series Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan* dalam Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bismis Islam IAIN Padangsidempuan 2018.

memiliki kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu atas penelitian yang berjudul Pengaruh Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang dapat dijelaskan seperti pada tabel sebagai berikut:

Tabel I I. 1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Tri Widodo (Skripsi, FEB UIN Muhammadiyah Surakarta, 2015)	Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie. (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)	Menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian terhadap produk indomie. Variabel harga produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian produk. sedangkan variabel labelisasi halal dan harga mempunyai hubungan dan secara serentak (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk indomie

- 2 Helsy Zella Rafita (Skripsi, FEBI UIN Raden Intan Lampung, 2017)
- Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 Uin Raden Intan Lampung)
- Menunjukkan bahwa Variabel label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

- 3 Hamni Fadillah Pengaruh Kemudahan Hasil penelitian ini
Nasution (Jurnal dan harga Terhadap menunjukkan terdapat
Ilmu Manajemen Keputusan Terhadap pengaruh kemudahan
dan Bisnis, Keputusan Pembelian dan harga secara
Institut Agama Produk Pakaian simultan terhadap
Islam Negeri Secara *Online*(Studi keputusan pembelian
Padangsidimpuan, Kasus Mahasiswa produk pakaian secara
2018) Belanja *Online* pada online studi kasus
FEBI IAIN mahasiswa belanja
Padangsidimpuan online pada FEBI IAIN
Padangsidimpuan.
- 4 Zella Angraini, Pengaruh Label Halal, Menunjukkan bahwa
(Skripsi, FEBI Kualitas Produk dan variabel label halal
UIN Sunan Harga Terhadap tidak berpengaruh
Kalijaga, 2017) Keputusan Pembelian signifikan terhadap
Konsumen Pada keputusan pembelian.
Produk Kosmetik Sedangkan kualitas dan
Wardah harga berpengaruh
secara parsial terhadap
keputusan konsumen.
Sedangkan secara

bersama-sama terbukti
signifikan berpengaruh
terhadap keputusan
Pembelian.

Sumber : Peneliti

Dari Penelitian terdahulu bahwasanya ada perbedaan antara penelitian yang akan di lakukan yaitu terletak pada variabel penelitian, subjek, objek dan lokasi penelitian.

C. Kerangka Pikir

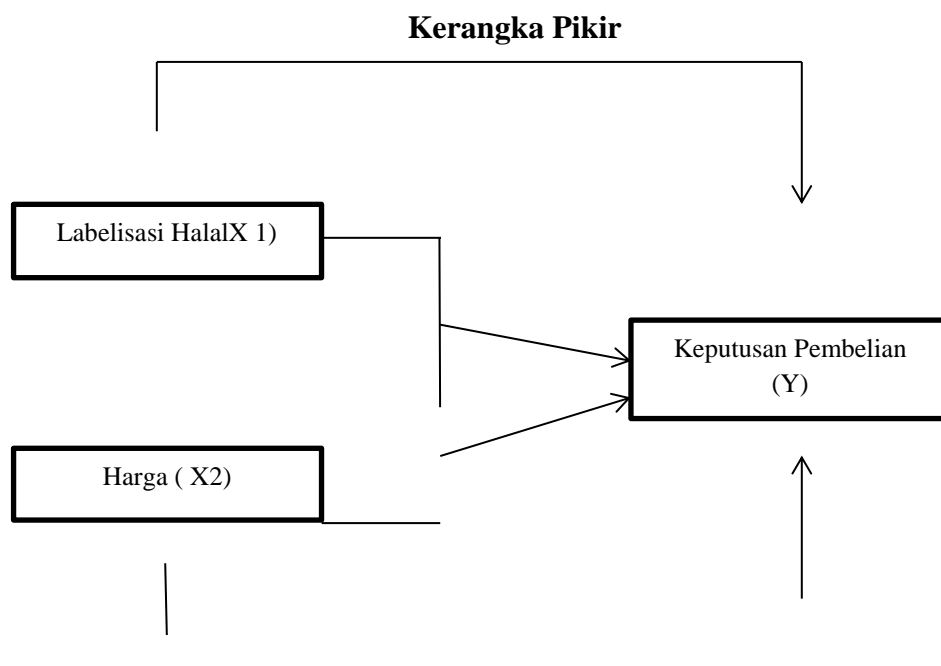
Kerangka pikir merupakan alur yang akan peneliti lakukan sebagai dasar penelitian.¹⁴ Pada penelitian ini peneliti mengawali kerangka berfikir dari konsumen muslim yang membutuhkan produk makanan yang halal. makanan yang halal merupakan bagian yang terpenting bagi umat muslim untuk tetap dapat menjalankan perintah Allah SWT yaitu mengkonsumsi makanan yang halal lagi baik. Selain labelisasi halal, harga juga berpengaruh penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Jika harga pokok terlalu mahal, maka

¹⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 69.

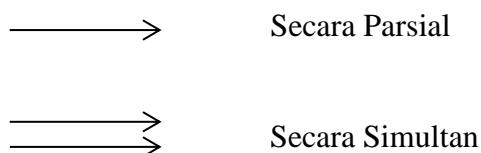
konsumen akan meninggalkannya dan mencari produk sejenisnya. Sebaliknya, jika harga produk terlalu murah, maka konsumen akan membeli dalam jumlah relatif banyak.

Dalam penelitian ini peneliti berfikir dari kebutuhan pangan manusia yang berupa makanan dan minuman yang merupakan kebutuhan pada setiap orang dalam memenuhi kehidupannya. Berbagai jenis makanan, salah satunya mie samyang yang merupakan pilihan konsumen sehingga produsen menggunakan strategi agar produknya diterima yaitu dengan label halal dan harga produk

Gambar II.1



Keterangan :



D. Hipotesis

Menurut Mudrajat Kuncoro, Hipotesis adalah “pernyataan peneliti atas suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi.¹⁵ Peneliti harus mengumpulkan data untuk menguji kebenaran pernyataan sementara dengan melakukan penelitian, maka peneliti dapat mendukung atau menolak hipotesis.

Sehubungan dengan pengamatan dan penelitian atas permasalahan yang terjadi, maka peneliti mengemukakan dugaan yaitu:

H_{01} =Tidak Terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian

Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan

¹⁵Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 59.

H_{a1} = Terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian

Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan

H_{02} = Tidak Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan

H_{a3} = Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mahasiswa

FEBI IAIN Padangsidempuan

H_{03} = Tidak Terdapat pengaruh label halal dan harga secara simultan

terhadap keputusan pembelian Mahasiswa FEBI IAIN

Padangsidempuan.

H_{a3} = Terdapat pengaruh label halal dan harga secara simultan terhadap

keputusan pembelian Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini dijadikan tempat penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan yang beralamat di jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan. Adapun waktu penelitian ini akan dilakukan pada bulan Mei 2020 sampai selesai.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang bekerja dengan angka, yang angkanya berwujud bilangan yang dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik. Data diperoleh dengan mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam sampel (atau populasi) melalui kuesioner. Dengan memaparkan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi label halal dan harga dalam keputusan pembelian produk makanan instan mie samyang.

C. Populasi dan Sample

1. Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto, Populasi adalah “keseluruhan subjek penelitian” Besarnya populasi yang akan digunakan dalam suatu penelitian tergantung pada tercapainya kesimpulan yang akan dibuat dan dihasilkan. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Erkonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun Ajaran 2017 IAIN Padangsidimpuan yang berjumlah 292.¹⁶

2. Sample

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih melalui cara tertentu yang mewakili karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap mewakili populasi. Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan rumus *slovin* yaitu:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = jumlah elemen atau anggota sampel

N= jumlah elemen atau populasi

e = sampling error (10%)

$$n = \frac{292}{1+292(10^2)}$$

$$n = \frac{292}{1+292(0,01)}$$

$$n = \frac{292}{3,92}$$

$$n = 74$$

D. Sumber Data

¹⁶ Hasil Wawancara dengan Kasubag Akademik, 24 September 2019

Berdasarkan Sumbernya, data yang dikumpulkan penulis dapat dibedakan menjadi dalam dua jenis, yaitu :

1. Data Primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian. Dalam Penelitian ini yang menjadi data primer yaitu melalui survei dengan cara membagikan angket atau kusioner kepada para konsumen.
2. Data Sekunder adalah data yang di peroleh dari ataun berasal dari dari bahan kepustakaan.Data yang diperoleh atau yang dikumpulkan oleh orang yang melakukan dari sumber-sumber yang telah ada.Selain itu data ini biasanya dari perpustakaan ataupun laporan-laporan penelitian terdahulu.

E. Instrumen pengumpulan Data

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistemati dan dipermudah¹⁷ Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.¹⁸
2. Angket (*kuesioner*) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan

¹⁷ Ahmad Nizar Rangkuti, *Op. Cit*, hlm.59

¹⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2017), Hlm.194

tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹⁹ Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Tabel III.I

Nilai Indikator Sekor Angket

Ketegori Jawaban	Skor	
	Pertanyaan Positif	Pertanyaan Negative
Sangat setuju (ss)	5	1
Setuju (s)	4	2
Kurang setuju (ks)	3	3
Tidak setuju (ts)	2	4
Sangat tidak setuju (STS)	1	5

Tabel III.2

Kisi-Kisi Angket Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	No Soal
----------	-----------	---------

¹⁹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm.59.

		Pertanyaan Positif	Pertanyaan Negative
Keputusan	1.Pengenalan	1.2	
Pembelian (Y)	Masalah	3.4.5	
	2. Pencarian	6.7	
	Informasi	8.9	
	3. Evaluasi	10.11	
	Alternatif		
	4. Keputusan		
	Pembelian		
	5. Perilaku Pasca		
	Pembelian		

Tabel III.3

Kisi-Kisi Angket Labelisasi Halal

Variabel	Indikator	No Soal	
		Pertanyaan Positif	Pertanyaan Negative

Labelisasi Halal (X ₁)	1. Pengatahuan	1	2
	2. Kepercayaan	3.4	5
	3. Penilaian	6.7.8	

Tabel III.4

Kisi-Kisi Angket Harga

Variabel	Indikator	No Soal	
		Pertanyaan Positif	Pertanyaan Negative
Harga (X ₂)	1. Kesesuaian harga dengan manfaat.	1	2
	2. Keterjangkauan harga	3.4	5
	3. Kesesuaian harga dengan Kualitas		6

F. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah kunci penting untuk penelitian yang efektif. Jika sebagian dari penelitian tidak valid maka artinya penelitian itu tidak bernilai. Validitas adalah syarat untuk penelitian kuantitatif dan kualitatif (dalam penelitian naturalistic). Versi terdahulu dari validitas berdasarkan pandangan bahwa pada dasarnya suatu instrumen dapat mengukur apa yang sebenarnya dimaksudkan untuk diukur.²⁰ Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pernyataan dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel tertentu. Uji validitas dilakukan pada suatu pernyataan dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil *r*-hitung (*nilai person correlation*) yang dibandingkan dengan *r*-tabel, dimana *r*-tabel dapat diperoleh melalui *df* (*degree off freedom*) = $n-k-1$ (signifikan 10%, n = jumlah sampel). Jika nilai positif dan *r*-hitung t -tabel maka valid. Pengujian validitas data akan dilakukan dengan menggunakan SPSS 25.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dalam penelitian kuantitatif secara esensial dapat disinonimkan dengan kata diandalkan, konsistensi, replikabilitas dari waktu ke waktu, atas suatu instrumen dan kelompok responden. Itu terkait dengan presisi dan akurasi; beberapa fitur seperti ketinggian, dapat diukur secara tepat. Untuk penelitian yang reliabel harus didemonstrasikan jika itu harus dilakukan pada sekelompok responden yang serupa dan konteks yang serupa pula. Lalu hasil yang sama akan ditemukan.

²⁰ Lijan Poltak Sinambela, *Metodologi penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 158

G. Uji Asumsi Dasar

1. Uji normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dimasukkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji kolmogrov-smirnov.

Pengambilan keputusan dari uji normalitas yang menggunakan metode Uji Kolmogrov-Smirnov maka kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikan $< 0,10$, maka H_0 ditolak
- b) Jika nilai signifikan $> 0,10$, maka H_a diterima

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan salah satu asumsi dalam penggunaan regresi. Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah data model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel *independent*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka dinyatakan terdapat multikolinieritas di dalam model regresi digunakan matrik korelasi variabel-variabel bebas, dengan melihat *tolerance* dan *variance inflation factor* dengan perhitungan bantuan program SPSS versi 25. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi

multikolinieritas, namun jika nilai *tolerance* < 0,10 maka terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.

2. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah varians residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas. Pengujian heterikedastisitas menggunakan teknik uji koefisien *Spearman's rho*. Kriteria pengujian yaitu apabila nilai *Unstandardized residual* < 0,10 maka persamaan regresi tersebut mengandung heterokedastisitas. Namun, apabila nilai *Unstandardized residual* > 0,10 maka persamaan regresi tersebut tidak mengandung Heterokedastisitas.

I. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda sebagai suatu tehnik atau analisis statistika yang dimaksudkan untuk menjelaskan hubungan statistik antara dua variabel atau lebih. Dengan demikian analisis regresi digunakan untuk mengkaji hubungan ketergantungan antara variabel terikat terhadap satu atau lebih variabel bebas. Analisis linier regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel bebas minimal 2 variabel.²¹ Persamaan regresi dalam penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* yaitu labelisasi halal (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian (Y). Bentuk umum persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

²¹Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 181.

Sehingga persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$KP = a + b_1LB + b_2H + e$$

Dimana:

KP = keputusan pembelian

a = konstanta

b_1LB = koefisien untuk variabel labelisasi halal

b_2H = koefisien untuk variabel harga

e = error

J. Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi *Adjusted* (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat sejauh mana besar keragaman yang dapat diterangkan oleh parameter tidak bebas. Nilai koefisien determinasi (R^2) antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependent*. Untuk mengetahui besarnya variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai

Adjusted R Square (R^2). Nilai *Adjusted R²* dapat naik dan turun apabila satu variabel independent ditambah kedalam model.²²

2. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jumlah pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam hal ini apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Untuk mempermudah penelitian ini, analisis data menggunakan SPSS versi 25. Penelitian ini dilakukan dengan melihat langsung pada hasil perhitungan koefisien regresi melalui SPSS pada bagian *Unstandardized Coefficients* B dengan *Standard Error Estimate* sehingga akan didapatkan hasil yang dinamakan t hitung. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Apabila $-t_{table} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima. Hal ini seperti variabel *independent* secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
- 2) Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel *independent* secara individual berpengaruh terhadap variabel *dependent*.²³

Hipotesis yang digunakan untuk Uji t dalam penelitian ini adalah hipotesis nol (H_0). Hipotesis nol (H_0) yaitu hipotesis yang menyatakan ketidakadanya hubungan antar variabel.

²² Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 240-241.

²³ Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 161.

3. Uji F

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel *independent* yang di masukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel *dependent*. Menentukan F_{tabel} dan F_{hitung} dengan kepercayaan sebesar 90 % dan taraf signifikan sebesar 10 %. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Untuk mempermudah, analisis data menggunakan SPSS versi 25. Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel *independent* yang terdiri dari labelisasi halal dan harga untuk menjelaskan variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian. Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut ini:

1) Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak. Berarti masing-masing variabel *independent* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*.

Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak. Berarti masing-masing variabel *independent* secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Mie Samyang

Samyang Food didirikan pada 15 september 1961 oleh John Jung Yoon. Pada tahun 1963, Samyang Food memulai debutnya sebagai mie instan Korea Pertama. Sementara nama Samyang sendiri adalah nama perusahaan yang memproduksi mie instan terkenal pedas. Di Indonesia, Mie Samyang terdapat beberapa varian rasa mie samyang, seperti varian spicy hot chicken ramen, carbonara dan hot chicken ramen di impor oleh PT Korinus yang telah memiliki label halal.²⁴

Samyang Food juga telah memperoleh sertifikat halal internasional (KOLAS, ISO22000, HALAL) pada 2004. PT Korinus pada tanggal 10 Juli 2017, telah mengurus prosedur sertifikasi halal Indonesia kepada Majelis Ulama Indonesia.

2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

a. Sejarah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdiri pada tahun 2013, bersamaan dengan proses alih status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 52 Tahun 2013 tentang perubahan STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan yang ditantang oleh Presiden Susilo

²⁴ <http://warta.ekonomi.co.id>, Jakarta diakses pada 10 September 2020

Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013. Perpes ini diundangkan di Jakarta pada tanggal 6 Agustus 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 122.

Kemudian, tindak lanjut dari Prpes tersebut adalah lahirnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidimpuan yang diundangkan di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459. Melalui tingkatan status IAIN Padangsidimpuan memiliki 4 Fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan fakultas yang termudah dari segi pengalaman, meskipun keempat fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari jurusan yang ada ketika masih dibawah bendera STAIN.

3. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Centre of Excellence untuk menghasilkan lulusan yang profesional, entrepreneurship dan berahlak mulia di Sumatra Tahun 2025.²⁵

b. Misi

- 1) Mengembangkan ilmu pengetahuan yang integratif dan interkoneksi di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam.
- 2) Melakukan riset dan publikasi ilmiah dalam bidang Ekonomi dan Bisnis Islam.
- 3) Meningkatkan pemberdayaan masyarakat dalam penerapan ekonomi Islam.
- 4) Menanamkan jiwa *entrepreneurship* yang inovatif dan kreatif untuk menciptakan lapangan kerja.
- 5) Menerapkan etika Islam pada proses pendidikan dan pengajaran.²⁶

4. Tujuan

- a) Menghasilkan Sarjana Ekonomi Islam profesional yang memiliki kompetensi dan keilmuan di bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- b) Menciptakan pelaku ekonomi yang bermoral, berbudi pekerti dan mempunyai integritas yang tinggi terhadap pengembangan ekonomi islam.

²⁵Irwan Saleh, dkk, *Buku Panduan Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Tahun 2017* (Padangsidimpuan: IAIN padangsidimpuan., 2017), hlm.32

²⁶ Dewi Yanna Purba., hlm 59

5. Program Studi Ekoomi Islam

a. Sejarah

Program Studi Ekonomi syariah merupakan jurusan yang sudah berdiri selama 6 tahun yang terus berbenah dan mengembangkan jurusan dengan berbagai langkah strategis, baik itu dalam bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Langkah yang telah dilakukan diantaranya, seperti seminar dan lokakarya kurikulum, peningkatan mutu pengajaran, peningkatan profesionalitas disen dan kerjasama dengan berbagai intansi terkait.

b. Visi dan Misi

1. Visi

Menjadi pusat penyelenggara program studi Ekonomi Syariah yang integratif dan berbasis riset untuk menghasilkan lulusan profesional berwawasan ilmu-ilmu ekonomi syariah, berjiwa *entrepreneur*, memiliki *akhlaqul karimah* dan memiliki kearifan lokal yang interkonektif bagi tercapainya kesajahteraan umat manusia.²⁷

2. Misi

- a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran ilmu-ilmu ekonomi syariah yang unggul dan integratif.

²⁷Muhammad darwis Dasopang, *Panduan Akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan*(Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan, 2018), hlm.44

- b) Mengembangkan ilmu pengetahuan, riset dan teknologi untuk menumbuhkan kembangkan jiwa kewirausahaan dengan pendekatan ilmu ekonomi syariah.
- c) Mengembangkan nilai-nilai keislaman dan budaya luhur dalam keteladanan dan pemberdayaan masyarakat
- d) Meningkatkan peran serta dalam pengembangan praktek ekonomi syariah dengan masyarakat.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana dibidang Ekonomi syariah yang menghasilkan ilmu-ilmu ekonomi syariah, manajemen bisnis syariah serta akuntansi dan keuangan syariah sekaligus dapat mengaplikasikan baik ditengah tengah-masyarakat lembaga pemerintah maupun swasta secara amanah, profesional, kreatif dan inovatif.
- 2) Menghasilkan sarjana ekonomi syariah dibidang ilmu-ilmu ekonomi syariah, manajemen bisnis syariah serta akuntansi keuangan syariah yang mampu melaksanakan penelitian .

B. Hasil Uji Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Peneliti telah menyebarkan angket kepada 74 responden yang memenuhi syarat sebagai responden dalam penelitian ini, serta berhasil mengumpulkan semua angket tersebut kembali, untuk diolah pada uji validitas. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kesahihan sejauh mana

suatu alat ukur mampu mengukur yang diukur. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji 8 butir pertanyaan untuk variabel labelisasi halal, 6 butir pertanyaan untuk variabel harga dan 11 pertanyaan untuk variabel keputusan pembelian.

Tabel IV.1

Hasil Uji Validitas Variabel Labelisasi Halal

No	r hitung	r table	Keterangan
1	0,701		Valid
2	0,514	Instrumen valid, jika	Valid
3	0,777	$r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan df $= n - 2 = 74 - 2 = 72$	Valid
4	0,669	pada taraf signifikan	Valid
5	0,649	10% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$	Valid
6	0,175	0,1927	TIDAK Valid
7	0,627		Valid
8	0,782		Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 25 (data diolah)

Berdasarkan hasil tabel IV.1 uji validitas diatas menunjukkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, 7 dan 8 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Sedangkan nilai item pernyataan 6 menunjukkan nilai r_{hitung} lebih kecil dari pada r_{tabel} sehingga item pernyataan tersebut tidak valid.

Tabel IV.2

Hasil Uji Validitas Variabel Harga

No	r hitung	r table	Keterangan
1	0,675	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 74 - 2 = 72$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1927$	Valid
2	0,654		Valid
3	0,616		Valid
4	0,823		Valid
5	0,768		Valid
6	0,821		Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 25 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel harga pada tabel IV.2 menunjukkan bahwa di seluruh item pertanyaan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel harga (X_2) dinyatakan valid.

Tabel IV.3

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

No	r hitung	r table	Keterangan
1	0,599		Valid

2	0,641		Valid
3	0,257		Valid
4	0,470	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 74 - 2 = 72$	Valid
5	0,618	pada taraf signifikan 10%	Valid
6	0,633	sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,1927	Valid
7	0,779		Valid
8	0,729		Valid
9	0,662		Valid
10	0,574		Valid
11	0,580		Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 25 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel keputusan pembelian pada tabel IV.3 di atas menunjukkan bahwa di seluruh item pertanyaan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kesenjangan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, di mana item yang

masuk ke pengujian adalah item yang valid saja. Untuk mengetahui apakah instrumen reliabel atau tidak, dengan menggunakan *Cronbach alpha* $> 0,6$. Berikut hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel.

Tabel IV.4

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Labelisasi Halal

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,735	8

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 25 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel labelisasi halal pada Tabel IV.4 *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* $> 0,60$ ($0,749 > 0,60$). Hal ini menunjukkan bahwa butir pernyataan variabel labelisasi halal (X_1) adalah reliabel dan dapat diterima.

Tabel IV.5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,819	6

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 25 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel harga pada tabel IV.5 *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* > 0,60 (0,819 > 0,60). Hal ini menunjukkan bahwa butir pernyataan variabel harga (X_2) adalah reliabel dan dapat diterima

Tabel IV.6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,822	11

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 25 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel harga pada tabel IV.6 *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* > 0,60 (0,822 > 0,60). Hal ini menunjukkan bahwa butir pernyataan variabel keputusan pembelian (Y) adalah reliabel dan dapat diterima.

C. Hasil Uji Asumsi Dasar

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berdasarkan dari populasi yang berdistribusi normal. Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil nilai perhitungan KS dengan dua sisi lebih besar dari 0,1 maka data berdistribusi normal dengan bantuan program SPSS versi 25. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel IV.7
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LABELISASI		KEPUTUSAN
		HALAL	HARGA	PEMBELIAN
N		74	74	74
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	27,76	19,45	38,92
	Std. Deviation	4,745	4,085	5,977
Most Extreme Differences	Absolute	,088	,094	,090
	Positive	,088	,077	,087
	Negative	-,063	-,094	-,090
Test Statistic		,088	,094	,090
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	,099 ^c	,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 25 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.7 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp sig (2-tailed)* adalah 0,200, sehingga lebih besar dari nilai signifikan 0,10 ($0,200 > 0,10$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut bersifat normal. Sehingga data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah data model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidak multikolinieritas didalam model regresi digunakan matrik korelasi variabel-variabel bebas, dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dengan perhitungan bantuan program SPSS versi 25. Dengan ketentuan, jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas. Sedangkan dengan melihat nilai VIF, jika $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.8

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17,404	3,582		4,858	,000		

LABELIS	,606	,144	,481	4,222	,000	,712	1,405
ASI							
HALAL							
HARGA	,241	,167	,165	1,448	,152	,712	1,405

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 25 (data diolah)

Hasil uji multikolinieritas pada tabel IV.8 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada variabel labelisasi halal (X_1) 0,712 dan variabel harga (X_2) adalah 0,712. Sedangkan nilai VIF untuk variabel labelisasi halal 1,405 dan variabel harga 1,405. Dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* variabel labelisasi halal dan harga $> 0,10$ dan nilai VIF variabel labelisasi halal dan harga < 10 . Berdasarkan penilaian hasil dari tabel, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel labelisasi halal dan harga.

2. Uji heterokedastisita

Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual, dari pengamatan satu kepengamatan lain. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas. Kriteria pengujiannya yaitu apabila nilai signifikan korelasinya $> 0,10$ maka persamaan regresi tersebut tidak mengandung heterokedastisitas. Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.9
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,332	1,980		3,704	,000
LEBELISASI HALAL	,051	,079	,086	,642	,523
HARGA	-,249	,092	-,360	-2,703	,009

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 25 (data diolah)

Hasil uji heterokedastisitas pada Tabel IV.9 menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas antara variabel labelisasi halal dan harga. Nilai signifikan dari variabel labelisasi halal $0,009 < 0,10$ dan variabel harga $0,523 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan variable labelisasi halal terjadi heterokedastisitas dan variabel harga tidak terjadi heterokedastisitas.

E. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih varaiabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu labelisasi halal (X_1) dan harga

variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Berikut tabel analisis regresi linier berganda:

Tabel IV.10
Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	17,404	3,582		4,858	,000
	LEBELISASI	,606	,144	,481	4,222	,000
	HALAL					
	HARGA	,241	,167	,165	1,448	,152

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 25 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Tabel IV.10, maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$KP = 17,404 + 606 LH + 0,241 H + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta adalah sebesar 17,404 satuan, menyatakan bahwa jika variabel labelisasi halal dan harga diasumsikan 0 maka keputusan pembelian produk Mie Samyang nilainya sebesar 17,404 satuan.

- b. Nilai koefisien regresi variabel labelisasi halal bernilai positif, yaitu 0,606. Artinya, jika variabel labelisasi halal naik 1 satuan maka keputusan pembelian produk Mie Samyang mengalami kenaikan atau peningkatan sebesar 0.606 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif, yaitu 0,241. Artinya, jika variabel harga naik 1 satuan, maka keputusan pembelian produk Mie Samyang mengalami kenaikan atau peningkatan sebesar 0,241 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

F. Hasil Uji Hipotesis

- a. Hasil Uji Koefisien Determinasi *Adjusted* (R^2)

Koefisien determinasi *Adjusted* (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Berikut ini hasil uji koefisien determinasi *Adjusted* (R^2):

Tabel IV.11

Hasil Uji Koefisien Determinasi *Adjusted* (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,587 ^a	,344	,326	4,908

a. Predictors: (Constant), HARGA, LABELISASI HALAL

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 25 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel IV.11 dapat diketahui bahwa nilai $R = 0,587$ maka terjadi hubungan yang cukup kuat antara variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai *Adjusted R²* sebesar 0,875 atau 87,5 % variabel labelisasi halal dan harga memengaruhi variabel keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal dan harga memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang sebesar 87,5 % dan sisanya 12,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel labelisasi halal dan harga berpengaruh secara parsial atau berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Berikut hasil analisis regresi pada uji t:

Tabel IV.12
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,404	3,582		4,858	,000
	LEBELISASI HALAL	,606	,144	,481	4,222	,000
	HARGA	,241	,167	,165	1,448	,152

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 25 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji persial pada Tabel IV.12 dapat diketahui bahwa t_{hitung} untuk variabel labelisasi halal adalah 4,222 dan untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n-k-1$ atau $74-2-1 = 71$, hasil t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,66660. Dengan demikian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,222 > 1,66660$), dengan demikian H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mie samyang. Nilai t_{hitung} positif artinya labelisasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang.

Hasil uji t pada variabel harga menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,000 < 1,660$), dengan demikian H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak. Maka dapat

disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang.

c. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel labelisasi halal dan harga secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian. Berikut hasil analisis regresi pada uji F.

Tabel IV.12

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	897,003	2	448,502	18,616	,000 ^b
	Residual	1710,510	71	24,092		
	Total	2607,514	73			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, LABELISASI HALAL

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 25 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji simultan pada Tabel IV.12 diperoleh F_{hitung} adalah 18,616 dan F_{tabel} diperoleh dengan rumus $df = n - k - 1$ atau $74 - 2 - 1 = 71$. Sehingga F_{tabel} yang diperoleh 2,38. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($18,616 > 2,38$), dengan demikian H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Maka dapat

disimpulkan bahwa labelisasi halal dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk mie sanyang.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang (Studi Kasus Pada Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam), diolah dengan menggunakan program computer SPSS versi 25. Berdasarkan hasil analisis, pembahasan hasil penelitian yang diperoleh adalah:

Konstanta sebesar 17,018 satuan, menyatakan bahwa jika variabel labelisasi halal dan harga diasumsikan 0 maka keputusan pembelian produk Mie Samyang nilainya sebesar 17,018 satuan. Koefisien regresi variabel labelisasi halal bernilai positif, yaitu 0,728. Artinya, jika variabel labelisasi halal naik 1 satuan maka keputusan pembelian produk Mie Samyang mengalami kenaikan atau peningkatan sebesar 0.728 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif, yaitu 0,096. Artinya, jika variabel harga naik 1 satuan, maka keputusan pembelian produk Mie Samyang mengalami kenaikan atau peningkatan sebesar 0,096 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

a. Pengaruh Labelisasi Halal (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian

Secara persial variabel labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,728 > 1,660$), dengan demikian H_{01} ditolak

dan H_{a1} diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang. Nilai t_{hitung} positif artinya labelisasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang diutarakan oleh Philip Kotler dan Kelle bahwa faktor keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh Faktor psikologis yang didalamnya terdapat keyakinan

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian.

b. Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian

Secara persial variabel harga menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,061 < 1,660$), dengan demikian H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang, sehingga harga tidak menjadi faktor perhatian konsumen dalam membeli produk Mie Samyang.

Hasil penelitian ini berbeda dengan teori harga dalam hukum permintaan, yang mana bunyi hukum permintaan adalah konsumen akan membeli lebih banyak barang jika harga itu turun, dan membeli lebih sedikit jika harga barang naik. Sedangkan dalam penelitian ini konsumen tidak menunjukkan bahwa kenaikan dan penurunan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang .

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dinar Wilanggono (2019) yang berjudul analisis pengaruh harga, kualitas dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian keripik buah kota Batu (Studi pada konsumen Muslim) bahwa harga secara persial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian keripik buah. Berarti variabel harga tidak bisa dijadikan tolak ukur dalam mempengaruhi keputusan pembelian keripik buah oleh konsumen.

c. Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Secara simultan diperoleh F_{tabel} yang diperoleh 2,36. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,835 > 2,36$), dengan demikian H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang. Berdasarkan hasil nilai *Adjusted R²* sebesar 0,325 atau 32,5 % variabel labelisasi halal dan harga memengaruhi variabel keputusan pembelian dan 67,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

H. Keterbatasan Penelitian

Selama melakukan penelitian, peneliti menemukan beberapa keterbatasan penelitian, yaitu:

1. Penelitian ini belum bisa mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Mie Samyang

disebabkan variabel bebas yang digunakan hanya dua variabel sehingga kurang maksimal dalam menjelaskan variabel terikat dalam penelitian ini.

Penelitian ini hanya menemukan 32,5 % dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Mie Samyang dan sisianya 67,5% dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Pada saat menyebar angket, peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan jawaban jujur dalam menjawab setiap pertanyaan yang peneliti berikan sehingga
3. memperoleh validitas yang diperoleh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Labelisasi halal yang terdapat di kemasan produk Mie Samyang mempunyai hubungan dan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t variabel labelisasi halal, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,222 > 1,66660$), dengan demikian H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan labelisasi halal pada produk Mie samyang memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
2. Harga dari produk Mie Samyang tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t variabel harga, nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,000 < 1,660$) dengan demikian H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak.
3. Labelisasi halal dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($18,616 > 2,38$), dengan demikian H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat menyajikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perusahaan sebaiknya tetap mencantumkan label halal pada semua produk Mie Samyang yang dikonsumsi oleh konsumen dan di jual di pasaran, serta menambah pencantuman label halal bagi produk yang belum mendapat label halal karena Penelitian yang telah dilakukan bahwa labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh

karena itu untuk label Halal yang dikeluarkan oleh MUI melalui prosedur sertifikasi halal untuk Mie Samyang di setiap kemasan pembungkus produk harus ada, agar label halal yang ada tidak hanya di pajang dan dibingkai Sehingga masyarakat luas dapat mengetahui keberadaan label halal.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya Peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya agar melanjutkan dan mengembangkan lebih luas penelitian ini terutama untuk variabel labelisasi halal dan harga serta menambahkan variabel-variabel lain seperti kualitas produk, iklan atau promosi dan citra merek.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Abdul Manaf, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- Assauri Saufian, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Muamalah*, Bandung: CV Pustakan Setia, 2014.
- Depetemen Agama Republik Indoneisa, *Al Quran dan Terjemahan*, Surabaya: CV.Halim, 2014.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Girindra A, *Pengukir Sejarah Sertifikat Halal*, Jakarta: LP POM MUI, 2005.
- Irwan Saleh, dkk, *Buku Panduan Selesksi Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Tahun 2017*, Padangsidimpuan: IAIN padangsidimpuan, 2017.
- Isnaini Harhap, dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2105.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Katya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Kothle Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta:Pt.Prenhalido,2000.
- , *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga. 2006.
- Lijan Poltak Sinambela, *Metodologi penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Lili Suryani, *Manajemen Pemasaran*, Yongyakarata: CV. Budi Utama , 2015.
- M.Mursid, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: BUMI AKSARA, 2008.
- Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Nugroho, J Setiadi, *Perilaku konsumen: Perspektif Kontenforer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Jakarta:Kencana,2010.
- Nur Asnawi dan Masyuri, *Metedologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang : UIN-Maliki Press, 2011.

Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran*, Edisi Tiga belas jilid 1 Diterjemahkan dari “Marketing Management” oleh Benyamin Molan, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2018.

Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1, Diterjemahkan Dari “Principles Of Marketing, Twelfth Edition “Oleh Bab Sabran, M.M,* Jakarta: Erlangga, 2008.

Redaksi Sinar Grafika, *Undang-undang Jaminan Produk Halal UU RI No 33 tahun 2014,* Jakarta: Sinar Grafika, 2015.

Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2017.

—————, *Metode penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta, 2012.

—————, *Statistika Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2006.

—————, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo 2017.

Ujang Sumarwan, *Prilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

Yusuf Qardhawi, *Halal Haram dalam Islam*, Solo: Era Intermedia, 2003.

Sumber Jurnal

Aldy Pratama Simatupang, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pizza Hut Kota Medan),” *dalam Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara 2018.*

Aminuddin, “Pengaruh labelisasi Halal Terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan)” *dalam Jurnal Riset Akutansi Multiparadigma*, Volume 5, No. 2, September 2018.

Darwis Harahap, dkk, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan”, *Jurnal Ilmu Manajemen Bisnis Islam* Volume 4 No 2, IAIN padangsidempuan 2018.

Dwi Edi Wibowo dan Benny Diah Mandusari, “Indonesia Journal Of Halal ISSN. 2633-162X,”.

Hendri Hermawan Adinugraha, *Perspeksi Label Halal Bagi Remaja sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian*, Vol 1 No 3, 2017.

Ian Alfian Dan Muslim Marpaung, “Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan, At-Tawassuth” Vol. 2, No. 1, 2017.

Ni Kadek Devi Aprillia Agustini, Jurnal Pendidikan Ekonomi Volume 9 No 1 Tahun 2007.

Nurmin Arianto, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Salt dan Perrer pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro “ dalam *Jurnal Kreatif : Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*, Volume 6, No 2, April 2018.

Syarifah Aini, *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy Series Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan” dalam Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bismis Islam IAIN Padangsidempuan 2018.*

Tengku Putri Lindung Bulan, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang,” *Jurnal Manajemen dan Keuangan* Volume 5, No. 1, Mei 2020.

Sumber Lain

<http://warta.ekonomi.co.id>, Jakarta: diakses pada 10 September 2020.

[http:// CnnIndonesia .com](http://CnnIndonesia.com) /dalam sehari-hari samyangindonesia (Diakses 25 September 2020)

[https:// www.bps.go.id](https://www.bps.go.id). diakses 22 November 2020, pukul 13.25.

<http://www.cnnindonesia.com> gaya/hidup/201610215060604-262-165660/dalam sehari 9210 perbungkus di akses pada tanggal 10 november 2019.

<https://republika.co.id> diakses pada tanggal 10 November 2019.

Wawancara dengan Kasubag Akademik, 24 Semptember 2019.

Wawancara dengan Dwi Yustika Ningrum, 05 Desember 2020 pukul 09.00.

Wawancara dengan Arbaina Lubis, 06 Desember 2020, pukul 10.00.

CURUCULUM VITE
(Daftar Riwayat Hidup)

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Indra Gunawan
Nama Panggilan : Indra
Tempat/ Tgl.Lahir : Rantautrapat, 04 April 1997
Jenis Kelamin : Laki-laki
Anak Ke : 2 dariu 4 Bersaudara
Alamat : Desa Janji
Agama : Islam

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2004-2010 : SD NEGERI 114381 JANJI
Tahun 2010-2013 : MTS NEGERI 2 RANTAUPTRAPAT
Tahun 2013-2016 : MAN RANTAUPRAPAT
Tahun 2016-2020 : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi Syariah IAIN
Padangsidempuan

C. DATA ORANG TUA/ WALI

Nama Ayah : Mhd Yanto
Perkerjaan : Wirawasta
Nama Ibu : Nadrah Siregar
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Desa Janji

D. Motto Hidup : "Yakin Usaha Sampai"

ANGKET PENELITIAN

PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SAMYANG (STUDI KASUS MAHASISWA FEBI IAIN PADANGSIDIMPUAN)

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
NIM :
Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
Jurusan :
Alamat :

II. PETUNJUK PENGISIAN

Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda *chek list* (✓) atau silang (x) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban.

Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

No.	Tanggapan Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

III. DAFTAR PERNYATAAN

A. Angket Variabel Labelisasi Halal

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya Mengetahui Mie Samyang mempunyai lebel halal asli.					
2	Saya tidak memperhatikan adanya lebel halal di kemasan produk mie samyang.					
3	Proses pembuatan mie samyang sesuai ajaran Islam.					
4	Mie samyang jelas kehalalannya,					
5	Saya ragu dengan kehalalan produk mie samyang.					
6	Label halal menjadi pertimbangan untuk mengkonsumsi mie samyang.					
7	Label halal memberikan jaminan produk sesuai ajaran Islam.					
8	Dalam Produk mie sayang terdapat lebel halal sesuai ajaran Islam.					

B. Angket Harga

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Harga mie samyang sesuai dengan rasanya.					
2	Harga mie samyang tidak sesuai dengan yang saya harapkan.					
3	Harga mie samyang terjangkau untuk semua golongan.					

- 4 Mie samyang mempunyai harga sesuai dengan porsinya.
- 5 Harga mie samyang sesuai dengan kualitas produknya.
- 6 Harga mie samyang tidak sesuai dengan kualitasnya.

C. Angket Keputusan pembelian

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya membeli mie samyang karena adanya rasa ingin mengkonsumsi.					
2	Saya membeli mie samyang karena sesuai dengan kebutuhan.					
3	Mie samyang belum jelas kehalalan produknya.					
4	Pencarian Informasi adalah alternatif untuk mengkonsumsi mie samyang sesuai dengan agama Islam.					
5	Mie samyang banyak direkomendasikan dari media.					
6	Saya membeli mie samyang setelah membandingkan dengan merek lain.					
7	Mie samyang menjadi pilihan setelah membandingkan dengan produk lainnya.					
8	Mie samyang jelas kehalalannya sesuai agama Islam.					
9	Saya membeli mie samyang karena adanya label halal di kemasan produk.					
10	Mie samyang akan saya rekomendasikan kepada					

orang lain.

- 11 Mie samyang adalah kualitas produk terbaik.

Padangsidimpuan, Januari 2021
Responden,

()

Responden	Labelisasi Halal (X1)								Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	2	3	3	4	4	3	3	24
2	4	2	3	3	4	5	5	4	18
3	4	4	4	4	4	4	4	4	21
4	3	2	3	3	2	3	2	3	25
5	3	2	3	3	1	5	4	4	23
6	3	3	3	3	2	4	4	4	26
7	3	1	3	3	2	5	4	3	24
8	4	3	4	4	3	4	4	4	30
9	5	4	4	5	3	5	5	5	36
10	4	3	4	4	3	4	4	4	30
11	3	2	3	3	2	5	4	3	25
12	4	2	4	3	3	5	5	4	30
13	4	2	1	1	5	5	1	1	20
14	5	4	5	5	3	5	5	5	37
15	5	1	5	4	3	5	4	4	31
16	5	5	4	5	5	5	4	5	38
17	4	4	3	4	2	5	3	2	27
18	4	3	3	4	3	3	4	4	28
19	4	2	3	4	2	5	3	4	27
20	4	4	4	4	3	5	4	4	32
21	4	5	1	3	2	4	3	3	25
22	4	3	2	3	2	3	2	3	22

23	3	2	4	3	3	4	5	5	29
24	2	1	3	2	3	5	5	5	26
25	5	4	5	5	4	2	5	5	35
26	4	2	3	5	4	1	2	4	25
27	4	2	4	3	3	5	5	5	31
28	4	4	2	4	2	4	2	4	26
29	4	3	3	3	2	4	4	4	27
30	4	3	2	4	4	4	4	4	29
31	4	4	3	4	3	4	3	3	28
32	4	4	4	4	3	3	4	4	30
33	4	3	2	4	4	4	4	4	29
34	4	4	4	4	3	5	4	4	32
35	4	1	3	4	2	3	3	4	24
36	4	3	5	4	5	2	5	5	33
37	4	3	3	5	3	3	2	4	27
38	3	3	4	4	2	4	5	5	30
39	4	2	3	3	2	4	4	4	26
40	3	3	4	4	3	5	5	4	31
41	5	3	3	4	2	5	5	5	32
42	3	2	3	4	3	4	4	4	27
43	3	2	3	4	3	3	4	3	25
44	5	5	5	5	5	4	5	5	39
45	3	3	3	4	3	5	4	4	29
46	4	3	5	5	5	4	5	5	36
47	4	3	4	4	3	4	4	4	30
48	4	4	3	4	3	4	2	4	28
49	4	4	4	4	4	1	4	4	29
50	5	4	4	5	5	5	5	5	38
51	3	2	1	3	2	4	5	3	23
52	3	2	1	3	2	4	5	3	23
53	4	4	2	3	3	1	4	3	24
54	1	1	3	3	1	5	3	3	20
55	4	4	3	5	4	2	3	4	29
56	4	4	4	4	3	3	4	4	30
57	4	3	4	2	2	4	4	4	27
58	2	4	1	3	2	3	1	2	18
59	2	2	2	4	1	4	5	2	22
60	3	2	3	4	3	4	3	4	26
61	2	2	2	2	2	5	5	4	24

62	2	2	3	3	1	5	3	3	22
63	3	2	3	3	2	5	2	3	23
64	2	1	2	3	1	5	3	3	20
65	4	3	3	3	2	4	4	3	26
66	5	3	4	4	2	4	5	4	31
67	4	4	3	4	3	4	4	4	30
68	5	3	3	4	3	5	4	3	30
69	4	3	3	4	2	4	4	3	27
70	3	3	1	2	1	2	1	2	15
71	3	2	3	3	2	5	5	5	28
72	3	2	4	2	4	5	5	5	30
73	4	4	3	4	3	5	4	5	32
74	3	2	3	3	2	4	3	2	22

Responden	Harga (X2)						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
1	4	2	4	4	4	3	21
2	3	2	1	3	3	2	14
3	4	4	2	4	4	4	22
4	3	2	3	3	2	2	15
5	3	5	4	5	3	3	23
6	3	2	2	3	4	3	17
7	3	2	3	3	3	2	16
8	4	3	3	4	4	3	21
9	3	2	3	3	4	3	18
10	4	3	4	4	4	3	22
11	4	2	3	3	2	2	16
12	3	2	3	3	4	3	18
13	1	5	1	3	1	1	12
14	4	4	4	3	3	3	21
15	4	4	3	5	5	4	25
16	5	2	3	4	5	5	24
17	4	3	3	3	4	3	20
18	3	3	3	3	4	2	18
19	2	3	3	3	4	3	18
20	4	1	2	2	4	2	15
21	3	2	3	3	4	3	18
22	4	3	3	4	4	3	21
23	4	3	3	4	4	3	21

24	4	3	4	4	5	4	24
25	5	4	4	5	5	5	28
26	5	3	2	4	5	3	22
27	3	3	2	4	4	4	20
28	2	2	2	2	2	2	12
29	4	2	2	3	4	4	19
30	4	2	2	2	2	2	14
31	4	3	3	4	4	2	20
32	4	3	3	4	4	3	21
33	4	2	2	2	2	2	14
34	4	1	2	2	4	2	15
35	4	3	2	4	4	3	20
36	5	5	4	5	5	5	29
37	5	2	2	3	4	3	19
38	4	4	3	4	4	2	21
39	4	3	3	3	4	2	19
40	4	3	4	4	4	3	22
41	4	3	4	3	4	2	20
42	5	4	3	4	4	4	24
43	3	2	3	3	4	3	18
44	4	5	4	5	5	4	27
45	3	2	3	3	3	2	16
46	4	3	4	3	4	4	22
47	5	3	4	5	5	3	25
48	4	3	4	4	4	4	23
49	5	5	4	4	4	5	27
50	4	4	2	5	5	4	24
51	1	2	3	3	4	3	16
52	1	2	3	3	3	3	15
53	4	4	4	4	4	5	25
54	2	2	2	3	3	1	13
55	4	4	1	2	4	3	18
56	4	3	3	4	4	3	21
57	3	4	4	2	3	2	18
58	3	4	1	3	3	2	16
59	4	2	2	4	4	5	21
60	3	2	3	3	4	1	16
6	2	2	2	4	4	2	16
62	3	2	2	2	3	1	13

63	2	2	2	2	3	2	13
64	3	1	1	1	2	1	9
65	4	3	3	4	3	3	20
66	5	4	3	3	4	3	22
67	5	4	1	5	4	3	22
68	5	2	3	3	4	3	20
69	4	3	3	5	4	3	22
70	4	3	1	3	3	3	17
71	4	3	4	3	4	3	21
72	4	4	2	4	4	3	21
73	4	4	4	4	5	4	25
74	4	3	2	3	3	3	18

Responden	Keputusan Pembelian (Y)											Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	4	3	4	5	4	3	3	3	3	4	3	39
2	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3	47
3	4	2	4	4	4	2	2	2	4	4	4	36
4	3	2	4	3	2	3	3	2	2	2	2	28
5	4	5	5	3	3	1	4	3	4	2	1	35
6	5	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	43
7	4	4	4	3	4	3	2	2	4	3	2	35
8	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	38
9	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	41
10	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	39
11	4	4	4	5	3	3	3	4	3	2	2	37
12	4	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	37
13	2	1	4	3	4	5	4	4	4	1	1	33
14	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	42
15	3	5	4	5	5	3	4	3	4	4	4	44
16	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	53
17	5	4	4	5	4	3	4	3	4	3	3	42
18	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	43
19	5	4	4	5	4	3	4	3	4	3	3	42
20	4	2	5	4	2	2	1	1	4	4	3	32
21	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	42
22	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	39
23	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	4	42

24	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	42
25	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	50
26	3	2	3	1	4	3	1	2	3	2	4	28
27	2	3	4	3	4	2	2	2	3	3	2	30
28	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	40
29	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	40
30	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	40
31	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	41
32	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	37
33	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	41
34	4	2	5	4	2	2	1	1	4	4	3	32
35	4	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	26
36	5	3	5	5	4	2	5	4	4	3	5	45
37	4	3	5	3	3	3	2	2	4	2	3	34
38	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	40
39	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	41
40	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	37
41	5	5	3	5	5	5	3	3	5	3	3	45
42	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	42
43	4	2	3	4	5	3	2	2	3	3	3	34
44	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	2	48
45	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	38
46	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	43
47	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	3	43
48	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	37
49	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	45
50	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
51	2	2	4	4	4	2	2	2	2	2	2	28
52	2	2	4	4	4	2	2	2	2	2	2	28
53	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	43
54	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	39
55	2	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	32
56	4	4	2	3	4	3	3	3	4	4	4	38
57	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	38
58	4	1	5	5	4	1	1	1	2	1	1	26
59	5	4	3	2	1	2	3	4	5	4	3	36
60	2	4	2	2	2	2	2	3	4	4	4	31
61	5	2	5	2	2	5	2	2	2	2	2	31
62	4	4	5	5	5	4	3	4	3	4	3	44
63	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	2	38
64	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	3	43

65	5	4	4	3	5	4	3	3	4	3	3	41
66	5	4	3	2	5	3	4	3	5	3	5	42
67	5	5	4	3	5	4	4	4	4	3	4	45
68	4	4	4	3	5	4	4	5	5	3	4	45
69	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	38
70	5	2	4	2	4	4	2	3	2	3	1	32
71	4	3	3	3	5	5	3	4	3	3	3	39
72	5	4	5	4	5	5	3	4	4	2	4	45
73	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	44
74	3	2	4	4	3	3	4	3	2	2	2	32



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1937 /In.14/G.1/G.4b/TL.00/09/2020
Hal : Mohon Izin Riset

17 September 2020

Yth; Dekan FEBI IAIN Padangsidimpuan.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Indra Gunawan
NIM : 1640200106
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan) ".

Sehubungan dengan itu, atas bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.



a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan