

**PENGARUH LABEL HALAL DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKANAN IMPOR SAMYANG
(Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim di Kota Padang)**

SKRIPSI



SALWA ULAYA ILPA

1810011211179

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Jurusan Manajemen

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BUNG HATTA

2021/2022

UNIVERSITAS BUNG HATTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan terlebih dahulu kepada Allah SWT atas segala rahmat dan anugrah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Label Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Samyang (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim di Kota Padang)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka menempuh ujian sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta Padang.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga besar yang telah membantu penulis secara moril maupun materil. Dengan diiringi rasa hormat yang mendalam penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah menolong, mempermudah urusanku, mengabulkan semua Do'aku, sehingga bisa menjadi Sarjana Manajemen dan manusia berakal dengan menjadikan Al-Qur'an sebagai pedomanku.
2. Teristimewa untuk kedua orang tuaku Mama yang selalu memberi semangat dan motivasi dalam menjalani semuanya. Mama yang telah melahirkan, membesarkan, merawat dan mendidiku dengan penuh keikhlasan, kasih sayang, dan kesabaran. Papa yang selalu melindungi dan menguatkan dan memberikan nasehat ketika aku salah, terima kasih Papa atas nasehat-nasehatnya

yang menjadikanku lebih baik. Sekali lagi terima kasih Mama dan Papa berkat pengorbanan, dukungan dan do'a tulus Mama dan Papa sehingga aku bisa mewujudkan semua cita-cita dan impian menjadi seorang Sarjana Manajemen.

3. Ibu Dr. Erni Febriana Harahap, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Herawati, S.E., M.Si., Ak. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Lindawati, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta dan selaku pembimbing terimakasih atas semua ilmu yang ibu berikan kepada penulis, baik selama perkuliahan maupun selama proses bimbingan skripsi dengan meluangkan waktu ibu , sehingga terselesaikan skripsi ini.
6. Bapak Purbo Jadmiko, S.E, M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
7. Segenap dosen – dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu yang berharga untuk penulis dan para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan dan kelancaran penyusunan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada sahabat-sahabatku Dina Salsa, Ayu Faria, Zakiah, Nurul Hakiki, Nisa Ledy Novia, Syafiroh Fauziah Arrasyid Lubis, Novar Ardian Pratama, Irvan Ath Thaariq, Okta Kurnia Arza, Zikrillah, Sehan, dan teman-teman seperjuangan yang lainnya, terimakasih telah banyak membantu dalam membuat skripsi ini dan memberi semangat serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Terima kasih teman-teman manajemen Angkatan 2018 (yang telah Bersama-sama dalam suka dan duka selama perkuliahan, semoga semua kita perbuat menjadi kenangan dan pengajaran dimasa yang akan datang).
10. Terima kasih kepada kakak-kakak dan abang-abang yang telah membantu saya dalam memperlanjarkan saya dalam menjalani pengerjaan skripsi saya.
11. Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna bagi kita semua, terimakasih.

Padang , Juli 2022

Penulis

Salwa Ulaya Ilpa

HALAMAN PENGESAHAN

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Salwa Ulaya Ilpa

Npm : 1810011211179

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Samyang (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Padang)

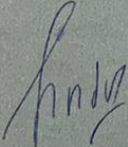
Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Senin, 25 Juli 2022**.

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta


Linda Wati, SE.,M.Si


Dr. Emi Febrina Harahap, SE.,M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Padang, Juli 2022

Penulis

Salwa Ulaya Ilpa

**PENGARUH LABEL HALAL DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN IMPOR SAMYANG
(Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim di Kota Padang)**

Salwa Ulaya Ilpa¹, Linda Wati²

¹Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

²Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: salwaulaya58@gmail.comlindawati@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Mie samyang. Populasi adalah masyarakat muslim di kota padang, dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis dengan menggunakan uji T-test statistik untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Mi samyang, *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang.

Kata Kunci : Label Halal, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF HALAL LABEL AND *BRAND IMAGE* ON
PURCHASE DECISIONS OF SAMYANG IMPORTED FOOD
PRODUCTS (CASE STUDY on MUSLIM COMMUNITY in PADANG
CITY)**

Salwa Ulaya Ilpa¹, Linda Wati²

¹Mahasiswa-Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

²Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: salwaulaya58@gmail.comlindawati@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of halal label, *brand image* on purchasing decisions of Mie Samyang products. The population is the Muslim community in the city of Padang, with a sample of 60 respondents. The technique used in sampling is purposive sampling. The type of data used is primary data through questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. Test the hypothesis by using a statistical T-test to prove the effect of the independent variable on the dependent variable partially or individually.

The results of this study found that the halal label had no effect on purchasing decisions for Mie Samyang products, *brand image* had a positive effect on purchasing decisions for Mie Samyang products.

Keywords: Halal Label, *Brand Image*, Purchase Decision

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	IV
KATA PENGANTAR.....	I
ABSTRAK	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Literatur.....	6
2.1.1 Keputusan Pembelian	6
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	6
2.1.1.2 Pentingnya Keputusan Pembelian	7
2.1.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	7
2.1.2 Label halal	12
2.1.2.1 Pengertian label halal.....	12
2.1.3 Brand image.....	14
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand image</i>	14
2.1.3.2 Pentingnya <i>Brand Image</i>	15
2.1.3.3 Faktor yang mempengaruhi Brand Image	15
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	16
2.2.1 Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian.....	16
2.2.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	17
2.3 Kerangka Konseptual	18
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	19

3.2 Objek, Populasi dan Sample	19
3.2.1 Objek	19
3.2.2 Populasi	19
3.2.3 Sampel	19
3.2.4 Teknik pengambilan sampel	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data	20
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	20
3.4.1 Jenis data	20
3.4.2 Sumber data	20
3.5 Definisi Operasional Variabel	21
3.5.1 Variabel Dependen (Y).....	21
3.5.1.1 Keputusan Pembelian (Y).....	21
3.5.1.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	21
3.5.2 Variabel Independent (X)	22
3.5.2.1 Label Halal (X ₁).....	22
3.5.2.2 Indikator Label Halal.....	22
3.5.3 <i>Brand Image</i>	23
3.5.3.1 Indikator <i>Brand Image</i>	23
3.6 Pengukuran Instrumen	23
3.7 Teknik Analisis Data	24
3.7.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas	24
3.7.1.1 Uji Validitas.....	24
3.7.1.2 Uji Reliabilitas.....	25
3.7.2 Analisis Deskriptif.....	25
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	27
3.7.3.1 Uji Normalitas	27
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda	27
3.7.5 Uji Hipotesis (Uji t-Statistik).....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskriptif iUmum iResponden.....	30
4.2 Uji Validitas Dan Reabilitas	32
4.2.1 Uji Validitas.....	32

4.2.1.1 Keputusan Pembelian	32
4.2.1.2 Label Halal	33
4.2.1.3 Brand Image	33
4.2.2 Uji Reabilitas	34
4.3 Analisis Deskriptif	35
4.3.1 Keputusan Pembelian (Y).....	36
4.3.2 Label Halal (X_1).....	37
4.3.3 Brand Image	39
4.4 Uji Asumsi Klasik	41
4.4.1 Uji Normalitas	41
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	42
4.6. Uji T-tes Statistik.....	43
4.7 Pembahasan	44
4.7.1 Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang di Kota Padang	44
4.7.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang di Kota Padang.....	45
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Implikasi Penelitian	46
5.3 Saran	46
5.4 Keterbatasan Penelitian	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria <i>Factor Loading</i>	25
Tabel 3.2 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR).....	27
Tabel 4.1 Profil Responden	30
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	32
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Label Halal	33
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	34
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas.....	35
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	36
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Label Halal (X1)	37
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	39
Tabel 4.9 Rangkuman Uji Normalitas Variabel Penelitian	41
Tabel 4.10 Regresi Linier Berganda.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Perkembangan Import Mie Samyang Tahun 2019-2021	2
-----------------------------------------------------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER IDENTITAS RESPONDEN	51
LAMPIRAN II TABEL TABULASI DATA	56
LAMPIRAN III PROFIL RESPONDEN	63
LAMPIRAN IV HASIL PENGUJIAN VALIDITAS	64
LAMPIRAN V UJI REABILITAS	67
LAMPIRAN VI ANALISIS DESKRIPTIF	68
LAMPIRAN VII UJI NORMALITAS	75
LAMPIRAN VIII ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA DAN UJI HIPOTESIS	76