

**PENGARUH LABEL HALAL DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Nongshim Di Jakarta)**

***THE EFFECT OF HALAL LABEL AND LIFESTYLE ON
PURCHASING DECISIONS
(Case Study on Product Nongshim Consumers in Jakarta)***

Oleh

Siti Khoiru Rismah

2018410014

SKRIPSI

diajukan Untuk Memenuhi Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program
Studi Manajemen Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH LABEL HALAL DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Nongshim Di Jakarta)**

***THE EFFECT OF HALAL LABEL AND LIFESTYLE ON
PURCHASING DECISIONS***

(Case Study on Product Nongshim Consumers in Jakarta)

DOSEN PEMBIMBING

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

Oleh

Siti Khoiru Rismah

2018410014

PROPOSAL SKRIPSI



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2022

**PENGARUH LABEL HALAL DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Nongshim Di Jakarta)**

**THE EFFECT OF HALAL LABEL AND LIFESTYLE ON
PURCHASING DECISIONS
(Case Study on Product Nongshim Consumers in Jakarta)**

Oleh
Siti Khoiru Rismah
2018410014

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen/Akuntansi pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 09 Agustus 2022

Seperti tertera di bawah ini
Jakarta, 09 Agustus 2022


Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM

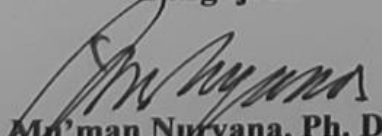
Dosen Pembimbing

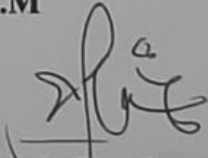

Dr. Firsan Nova, S.E., M.M

Penguji I

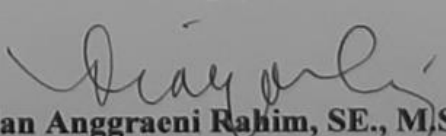

Resa Nurlaela Anwar, SE, MM

Penguji II


Md' man Nuryana, Ph. D
Dekan Fakultas Ekonomi


Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M

Penguji III


Dian Anggraeni Rahim, SE., M.Si
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Khoiru Rismah

NIM : 2018410014

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Nongshim Di Jakarta)** yang di bombing oleh ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM adalah benar karya tulis saya sendiri dan bukan jiplakan dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya mempertanggungjawabkannya. Demikian perntaan ini saya bauat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 09 Agustus 2022

Yang bertanda tangan di bawah ini


Siti Khoiru Rismah

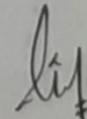
ABSTRAK

Nama : Siti Khoiru Rismah
Nim : 2018410014
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Nongshim Di Jakarta)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada produk Nongshim di Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data melalui menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang telah membeli mie Nongshim minimal 2 kali dalam 2 bulan terakhir. Teknik sampel diambil menggunakan rumus non-probability dan teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil penelitian: bahwa setelah dilakukan olah data menggunakan SPSS 25 dapat diketahui variabel Label Halal dan Gaya Hidup mempengaruhi Keputusan Pembelian secara positif dan signifikan dilihat dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $(57,280 > 3,09)$. Dari hasil olah data diketahui secara parsial variabel Label Halal tidak mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian diketahui yaitu sebesar $(0,112 > 0,05)$, dan Variabel Gaya Hidup berpengaruh secara signifikan pada Keputusan Pembelian yaitu sebesar $(0,000 < 0,05)$.

Kata Kunci : Label Halal, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian.

Jakarta, 09 Agustus 2022



Siti Khoiru Rismah

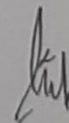
ABSTRACK

Nama : Siti Khoiru Rismah
Nim : 2018410014
Judul Skripsi : *The Effect of Halal Label and Lifestile on Purchasing Decisions (Case Study on Product Nongshim Consumers in Jakarta)*

The purpose of this study was to determine the effect of Halal Label and Lifestyle on Purchase Decisions on Nongshim products in Jakarta. This research was conducted by collecting data by distributing questionnaires to 100 respondents who had purchased Nongshim noodles at least 2 times in the last 2 months. The sample technique was taken using a non-probability formula and the analytical techniques used were descriptive statistics and multiple linear regression. The results of the study: that after processing the data using SPSS 25, it can be seen that the Halal Label and Lifestyle variables affect Purchase Decisions positively and significantly as seen from $F_{count} > F_{table}$, which is equal to $(57.280 > 3.09)$. From the results of data processing, it is known that the Halal Label variable does not positively and significantly affect the Purchase Decision, it is known that it is $(0.112 > 0.05)$, and the Lifestyle Variable has a significant influence on the Purchase Decision, which is $(0.000 < 0.05)$.

Keywords: Halal Label, Lifestyle and Purchase Decision

Jakarta, 09 Agustus 2022



Siti Khoiru Rismah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil ‘alamin. Segala puji serta syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia-nya yang telah memberikan saya nikmat berupa kemudahan dan kelancaran sehingga saya dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul **“PENGARUH LABEL HALAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Konsumen Produk Nongshim di Jakarta)”** Proposal skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada Jakarta timur.

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Keluarga saya yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya tanpa henti, terutama kedua orang tua saya Ibu Satriah dan Bapak Selamat.
3. Ibu Melani Quintania, SE., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Akademik Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Ibu Dian Anggraeny Rahim, SE., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Bapak Mu’man Nuryana, PhD selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Na Jaemin dan Kakak Doyoung serta seluruh member NCT yang memberikan semangat, kebahagiaan sehingga memberikan motivasi untuk saya mengerjakan skripsi ini.
7. Teman-teman yang telah bersama saya dari awal perkuliahan hingga saat ini serta mendukung saya dalam menyusun Skripsi, terutama Arriani, Jihan, Natasya (grup Tour Korea 2025), Ega, Dea, dan teman-teman lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-per satu.

8. Kepada diri saya sendiri yang telah bertahan terus berproses dalam perkuliahan, dan dapat mengerjakan skripsi ini sampai dengan selesai.
9. Kepada produk Nongshim yang telah menginspirasi saya dalam membuat penelitian skripsi.

Demikian Skripsi ini saya buat dengan sebenar-benarnya, mohon maaf apabila ada kesalahan dalam pengetikan dan struktur bahasa. Apabila ada kritikan atau saran yang sifatnya membangun di persilahkan demi kebaikan dan kesempurnaan Skripsi ini. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua yang membacanya.

Jakarta, 09 Agustus 2022

Penulis



Siti Khoiru Rismah



DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
ABSTRAK	
.....	Erro
r! Bookmark not defined.	
<i>ABSTRACK</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA	
PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	11
2.1 Manajemen Pemasaran	11
2.2 Produk	15
2.2 Kemasan produk	19
2.3 Label Halal	20
2.5 Perilaku Konsumen	24
2.6 Gaya Hidup	27

2.7	Keputusan Pembelian.....	31
2.8	Penelitian Terdahulu.....	36
2.9	Kerangka Pemikiran.....	42
2.10	Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....		45
3.1	Metodologi Penelitian.....	45
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
3.3	Operasional Variabel.....	45
3.3	Sumber Data dan Cara Penentuan Data.....	50
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		64
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
4.1.2	Visi dan Misi Nongshim.....	65
4.2	Karakteristik Reponden.....	66
4.3	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	74
4.4	Uji Keabsahan Data.....	94
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	96
4.6	Analisis Data.....	100
4.7	Uji Hipotesis.....	103
4.8	Pembahasan dan Pemecah Masalah.....	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		110
5.1	KESIMPULAN.....	110
5.2	SARAN.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....		112
LAMPIRAN.....		116

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel: 1.1 Global Demand For Instant Noodles Tahun 2016-20202.....	2
Tabel 2.1 10 Rekomendasi mie instan Korea halal terenak Tahun 2021	19
Tabel 2.2 Komponen Gaya Hidup	24
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 3.2 Skala Likert.....	50
Tabel 3.3 Rentan Skala	55
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi	56
Tabel 4.1 Profile Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	63
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Mie Nongshim dalam 2 Bulan Terakhir	64
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	65
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Per Bulan untuk Membeli Mie Nongshim.....	66
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Produk Nongshim	66
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Varian yang Sering Dibeli	67
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Memilih atau Membeli Mie Nongshim	68
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1	69

Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2	70
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3	70
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4	71
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5	72
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6	73
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7	73
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8	74
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9	75
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10	76
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 11	76
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 12	77
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 13	78
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 14	79
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 15	80
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 16	80
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 17	81
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 18	82
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 19	83
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 20	83
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 21	84
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 22	85
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 23	85
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 24	86
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 25	87
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 26	87

Tabel 4.37 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 27	88
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 28	89
Tabel 4.39 Hasil Uji Validitas.....	90
Tabel 4.40 Hasil Uji Reabilitas	91
Tabel 4.41 Hasil Uji Multikolinearitas.....	93
Tabel 4.42 Hasil Uji Autokorelasi	94
Tabel 4.43 Hasil Variabel Penelitian	96
Tabel 4.44 Hasil Korelasi Ganda	96
Tabel 4.45 Hasil Koefisien Determinasi Label Halal dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelin.....	97
Tabel 4.46 Parameter Determinasi variabel Label Halal terhadap Keputusan Pembelian	97
Tabel 4.47 Parameter Determinasi variabel Gaya Hidup terhadap Keputusa Pembelian.....	98
Tabel 4.48 Hasil Uji F perhitungan Anova.....	99
Tabel 4.49 Hasil Parameter Uji t.....	99
Tabel 4.50 Parmeter Kuantittif Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	101
Tabel 5.51 Hipotesis.....	102

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar: 1.1 10 Negara Dengan Muslim Terbesar di Dunia 2021	3
Gambar 1.2 Produk Nongshim.....	5
Gambar 1.3 Data Penjualan Mie Instan Terlaris di Shopee dan Tokopedia ..	6
Gambar 1.4 Ramen Instan Terenak Tahun 2019	6
Gambar 1.5 Penilaian Pembelian Produk Mie Nongshim.	7
Gambar 2.1 Logo Label Halal.....	18
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian	38
Gambar: 2.4 Kerangka Pemikiran Peneliti.....	39
Gambar 2.5 Paradigma Peneliti3.....	39
Gambar: 4.1 Logo Nongshim	60
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	92
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	95

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	112
Lampiran 2 Data Daftar Profil Responden	118
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner Label Halal.....	124
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner Gaya Hidup.....	127
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner Keputusan Pembelian	130
Lampiran 6 r tabel	135
Lampiran 7 t tabel	136
Lampiran 8 F tabel	139
Lampiran 9 Output SPSS	142
Lampiran 10 Catatan Kegiatan Konsultasi	147
Lampiran 11 Bukti penyebaran kuesioner	162
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup	168

