

**PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MIXUE
(Studi Kasus Pada Konsumen Mixue di DKI Jakarta)**

***THE INFLUENCE OF HALAL LABEL AND PRICE ON
PURCHASING DECISIONS ON MIXUE
(A Case Study on Mixue Customers in DKI Jakarta)***

Oleh

Wahyu Kusumo Aji

2019410203

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi
Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada**



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MIXUE
(Studi Kasus Pada Konsumen Mixue di DKI Jakarta)**

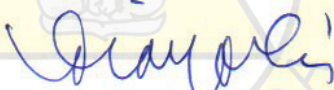
***THE INFLUENCE OF HALAL LABEL AND PRICE ON PURCHASING
DECISIONS ON MIXUE
(A Case Study on Mixue Customers in DKI Jakarta)***

Oleh :

**Wahyu Kusumo Aji
2019410203**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi
Manajemen pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal
Jakarta, ... Juli 2023 dengan nilai ...**



**Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE, MSi
DOSEN PEMBIMBING**



**Dr. Firsan Nova
Dosen Penguji I**



**Ellena Nurfazria H., SE, MM.
Dosen Penguji II**



**Dr. Melani Quintania, SE, M. Pd.
Dosen Penguji III**



**Mu'man Nuryana, PhD
Dekan Fakultas Ekonomi**



**Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE, MSi
Ketua Program Studi**

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda dibawah ini :

Nama : Wahyu Kusumo Aji

NIM : 2019410203

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mixue (Studi Kasus Pada Konsumen Mixue di DKI Jakarta)”. Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan di hadapan panitia penguji skripsi.

Jakarta, Juni 2023

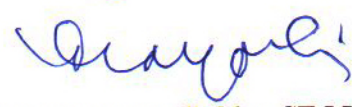
Mengetahui,

Menyetujui,



Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE, MSi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE,MSi

Dosen Pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda dibawah ini :

Nama : Wahyu Kusumo Aji

NIM : 2019410203

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mixue Studi Kasus Pada Konsumen Mixue di DKI Jakarta yang dibimbing oleh Ibu Dr. Melani Quintania, SE, M. Pd. adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya dan menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Darma Persada. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya.

Jakarta, Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Wahyu Kusumo Aji

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mixue di DKI Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang telah melakukan pembelian Mixue di DKI Jakarta dengan minimal dalam 3 bulan terakhir. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus proporsi tidak terduga. Alat analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas) dilakukan sebagai persyaratan yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji (F), secara parsial menggunakan uji (T).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel label halal dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($19,740 > 3,09$). Sedangkan Label Halal secara parsial atau sebagian mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($1,782 > 1,661$) dan Harga secara parsial atau sebagian mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3,708 > 1,661$).

Kata Kunci : Label Halal, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of Label Halal and price on Purchasing Decisions of Mixue in Jakarta. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who had purchased Mixue in DKI Jakarta for at least the last 3 months. Sampling was carried out using the unexpected proportion formula. The analytical tools used are descriptive statistics and multiple linear regression, classical assumption tests (normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test) are carried out as requirements that must be met in multiple linear regression analysis. Simultaneous hypothesis testing using test (F), partially using test (T).

The results of this study indicate that the variable halal label and price simultaneously influence Purchasing Decisions, this is evidenced by the F test with $F_{count} > F_{table}$ ($19.740 > 3.09$). While the Halal Label partially or partially has an influence on Purchasing Decisions, this is evidenced by the T test with the value of $T_{count} > T_{table}$ ($1.782 > 1.661$) and Prices partially or partially have an influence on Purchasing Decisions, this is evidenced by the T test with a value $T_{count} > T_{table}$ ($3.708 > 1.661$).

Keyword : Halal Label, Price, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah saya ucapkan, segala puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIXUE (Studi kasus konsumen Mixue di DKI Jakarta)” proposal skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana (Strata 1) Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, saya menyadari bahwa proposal skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh terbatasnya kemampuan saya dalam menyerap ilmu yang diterima sehingga penyusunan proposal skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan, dorongan, do'a, petunjuk, arahan, dan bimbingan dari berbagai banyak pihak. Oleh karena ini, pada kesempatan ini saya mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Dr. Melani Quintania SE, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Skripsi program studi Manajemen Pemasaran yang sudah membimbing saya dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
2. Mama tersayang yang selalu memberikan dukungan dari segala aspek dan tentunya untuk almarhum Ayah yang sudah bahagia diatas sana sehingga proposal skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

3. Ibu Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE, MSi, selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak Mu'man Nuryana, PhD, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi beserta seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dan mendukung kelancaran penyusunan proposal skripsi ini.
6. Anisa yang telah membantu dan mendukung saya selama pembuatan skripsi ini.
7. Teman – teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Demikian proposal skripsi ini dibuat, penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini jauh dari kata sempurna. Mohon maaf apabila ada kesalahan dalam pengetikan struktur bahasa. Kritik dan saran yang bersifat membangun akan diterima demi kebaikan dan kesempurnaan proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua yang membaca dan membutuhkan.

Jakarta, 14 Desember 2022

Wahyu Kusumo Aji

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT.....</i>	<i>vi</i>
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi, Pembahasan dan Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.4 Produk.....	15
2.1.5 Kemasan Produk.....	20

2.1.6 Label Halal.....	23
2.1.7 Harga.....	28
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	33
2.2 Landasan Empiris (Penelitian Terdahulu)	40
2.3 Kerangka Pemikiran.....	45
2.4 Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Metode yang digunakan.....	49
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	50
3.3 Operasional Variabel.....	50
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.6 Uji Keabsahan Data.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	73
4.2 Karakteristik Responden.....	75
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	85
4.4 Uji Keabsahan Data.....	129
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	132
4.6 Alat Analisis.....	136
4.7 Uji Hipotesis.....	140
4.8 Pembahasan.....	142
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	145

5.1 Kesimpulan.....	145
5.2 Saran.....	145
DAFTAR PUSTAKA.....	147
LAMPIRAN.....	151



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Daftar Harga Mixue dan Para Kompetitornya	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	50
Tabel 3. 2 Skala Likert	62
Tabel 3. 3 Rentang Skala	68
Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi	70
Tabel 3. 5 Tingkat Koefisien Determinasi	71
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	78
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	79
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Mixue dalam 3 Bulan Terakhir Sebelum Penelitian	80
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	81
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Perbulan..	82
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden berdasarkan mengetahui produk Mixue	83
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Varian yang Sering Dibeli	84
Tabel 4. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Membeli Mixue	85
Tabel 4. 11 Rentang Skala	86
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1	87

Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2	88
Tabel 4. 14 Tanggapan responden terhadap pernyataan 3	89
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4	90
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5	91
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6	92
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7	93
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8	94
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9	95
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10	96
Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 11	97
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 12	98
Tabel 4. 24 Tanggapan responden terhadap pernyataan 13	99
Tabel 4. 25 Tanggapan responden terhadap pernyataan 14	100
Tabel 4. 26 Tanggapan responden terhadap pernyataan 15	101
Tabel 4. 27 Tanggapan responden terhadap pernyataan 16	102
Tabel 4. 28 Tanggapan responden terhadap pernyataan 17	103
Tabel 4. 29 Tanggapan responden terhadap pernyataan 18	104
Tabel 4. 30 Tanggapan responden terhadap pernyataan 19	105
Tabel 4. 31 Tanggapan responden terhadap pernyataan 20	106
Tabel 4. 32 Tanggapan responden terhadap pernyataan 21	107
Tabel 4. 33 Tanggapan responden terhadap pernyataan 22	108
Tabel 4. 34 Tanggapan responden terhadap pernyataan 23	109
Tabel 4. 35 Tanggapan responden terhadap pernyataan 24	110

Tabel 4. 36 Tanggapan responden terhadap pernyataan 25	111
Tabel 4. 37 Tanggapan responden terhadap pernyataan 26	112
Tabel 4. 38 Tanggapan responden terhadap pernyataan 27	113
Tabel 4. 39 Tanggapan responden terhadap pernyataan 28	114
Tabel 4. 40 Tanggapan responden terhadap pernyataan 29	115
Tabel 4. 41 Tanggapan responden terhadap pernyataan 30	116
Tabel 4. 42 Tanggapan responden terhadap pernyataan 31	117
Tabel 4. 43 Tanggapan responden terhadap pernyataan 32	118
Tabel 4. 44 Tanggapan responden terhadap pernyataan 33	119
Tabel 4. 45 Tanggapan responden terhadap pernyataan 34	120
Tabel 4. 46 Tanggapan responden terhadap pernyataan 35	121
Tabel 4. 47 Tanggapan responden terhadap pernyataan 36	122
Tabel 4. 48 Tanggapan responden terhadap pernyataan 37	123
Tabel 4. 49 Tanggapan responden terhadap pernyataan 38	124
Tabel 4. 50 Tanggapan responden terhadap pernyataan 39	125
Tabel 4. 51 Tanggapan responden terhadap pernyataan 40	126
Tabel 4. 52 Tanggapan responden terhadap pernyataan 41	127
Tabel 4. 53 Tanggapan responden terhadap pernyataan 42	128
Tabel 4. 54 Hasil Uji Validitas Variabel Label Halal	129
Tabel 4. 55 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	130
Tabel 4. 56 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	130
Tabel 4. 57 Hasil Uji Reliabilitas	132
Tabel 4. 58 Tabel <i>Kolmogorov-smirnov</i>	133

Tabel 4. 59 Hasil Uji Multikolinieritas	135
Tabel 4. 60 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	137
Tabel 4. 61 Hasil Uji Koefisien Korelasi R	138
Tabel 4. 62 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	139
Tabel 4. 63 Hasil Parameter Uji F.....	140
Tabel 4. 64 Hasil Parameter Uji T	141



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data Gerai Bubble Tea di Asia Tenggara Berdasarkan Perusahaan Tahun 2021	3
Gambar 1. 2 Produk dan Gerai Mixue	5
Gambar 2. 1 Logo Label Halal.....	26
Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembelian	35
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 2. 4 Model Paradigma Penelitian	48
Gambar 4. 1 Logo Mixue	74
Gambar 4. 3 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas	134
Gambar 4. 4 <i>Scatterplot</i> Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	136