

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan kepada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian ataupun seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 01 Juni 2022



Amiliya Sari

NIM. 181410062

ABSTRAK

Nama: Amiliya Sari, NIM: 181410062, Judul Skripsi: Pengaruh Labelisasi Halal, Cita Merek dan *Electronic Word of Mouth (EWOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Mie Impor Korea Samyang.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Adapun variabel yang diteliti yaitu labelisasi halal (X1), citra merek (X2), *Electronic Word of Mouth* (X3) dan keputusan pembelian (Y).

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah labelisasi halal, citra merek dan *Electronic Word of Mouth (EWOM)* berpengaruh terhadap keputusan pembelian mie impor Korea samyang pada mahasiswa Ekonomi Syariah di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten secara parsial dan simultan?

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal, citra merek dan *Electronic Word of Mouth (EWOM)* terhadap keputusan pembelian mie impor Korea samyang pada mahasiswa Ekonomi Syariah di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten secara parsial dan simultan.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Metode uji kualitas data yaitu uji validitas dan reliabilitas. Metode uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Metode uji hipotesis yaitu persamaan regresi, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji F dan uji t.

Kesimpulan pengujian hipotesis labelisasi halal diketahui nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya tidak ada pengaruh antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian. Namun, diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya terdapat pengaruh antara citra merek dan *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian. Diketahui persamaan regresi linear berganda $Y = -2,082 + (-0,013) + 0,631 + 0,441$. Nilai R sebesar 0,766 yang artinya hubungan kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi sebesar 56,9% artinya keputusan pembelian dipengaruhi variabel independen sebesar 56,9%.

Kata Kunci: Labelisasi Halal, Citra Merek, *Electronic Word of Mouth (EWOM)*, Keputusan Pembelian.

Abstract

Name: Amiliya Sari, NIM: 181410062, Thesis Title: The Effect of Halal Labeling, Brand Image and Electronic Word of Mouth (EWOM) on the Purchase Decision of Samyang Korean Imported Noodles.

This research was conducted at the State Islamic University of Sultan Maulana Hasanuddin Banten. As for the variables studied, namely halal labeling (X1), brand image (X2), Electronic Word of Mouth (X3) and purchasing decisions (Y).

As for the formulation of the problem in this study, namely whether halal labeling, brand image and Electronic Word of Mouth (EWOM) affect the purchase decision of imported Korean samyang noodles in Islamic Economics students at UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten partially and simultaneously?.

The purpose of this study was to determine the effect of halal labeling, brand image and Electronic Word of Mouth (EWOM) on purchasing decisions of imported in Islamic economics students at UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten partially and simultaneously.

This study uses multiple linear regression analysis. The data quality test methods is the validity and reliability test. Classical assumption test methods are normality test, multicollinearity test, autocorrelation test and heteroscedasticity test. The hypothesis test methods is the regression equation, the correlation coefficient test, the coefficient of determination test, the F test and the t test.

The conclusion of testing the halal labeling hypothesis is that the value of $t_{count} < t_{table}$ means that there is no influence between halal labeling on purchasing decisions. However, it is known that the value of $t_{count} > t_{table}$ means that there is an influence between brand image and Electronic Word of Mouth on purchasing decisions. It is known that the multiple linear regression equation $Y = -2,082 + (-0,013) + 0,631 + 0,441$. The R value is 0,766, which means a strong relationship between the independent variables and the dependent variable. The value of the coefficient of determination is 56,9%, meaning that purchasing decisions are influenced by independent variable of 56,9%.

Keywords: Halal Labeling, Brand Image, Electronic Word of Mouth (EWOM), Purchase Decision.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
كلية الاقتصاد الاسلامي
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp. 0254-2003323 Fax. 0254-200022

Nomor : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) eksemplar
Hal : **Usulan Munaqasyah**

Kepada Yth,
Dekan **Fakultas**
Ekonomi
Dan Bisnis Islam

a.n Amiliya Sari
NIM. 181410062

UIN SMH Banten
di –
Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara **Amiliya Sari, NIM. 181410062** dengan judul Skripsi “**Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek dan Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Mie Impor Korea Samyang**”, diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas perhatian ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 01 Juni 2022

Pembimbing I

Hj. Mukhlisatul Jannah, M.M., M.Ak.
NIP. 197408222005012003

Pembimbing II

Solivah Wulandari, SE, M.Sc.
NIP. 198501022015032004

PERSETUJUAN

**PENGARUH LABELISASI HALAL, CITRA MEREK DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE IMPOR KOREA
SAMYANG**

Oleh:

AMILIYA SARI

NIM. 181410062

Menyetujui,

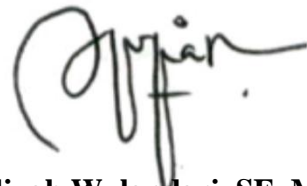
Pembimbing I



Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak.

NIP. 197408222005012003

Pembimbing II



Soliyah Wulandari, SE, M.Sc.

NIP. 198501022015032004

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Nihayatul Masykurah, M.SI.

NIP. 196402121991032003

Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah



Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak.

NIP. 197408222005012003


PENGESAHAN

Skripsi a.n. **Amiliya Sari**, NIM: **181410062** dengan judul Skripsi “**Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek dan *Electronic Word of Mouth (EWOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Mie Impor Korea Samyang**”, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 07 Juni 2022, skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 07 Juni 2022

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota


Dr. Itang, M.Ag.
NIP. 197108041998031003

Sekretaris Merangkap Anggota



Elsa, M.Ak.
NIP. 198510062019032011

Anggota-Anggota,


Penguji I,


Dr. Hj. Nihayatul Masykurah, M.SI.
NIP. 196402121991032003


Pembimbing I


Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak.
NIP. 197408222005012003

Penguji II,


Anifa, M.Si.
NIP. 198208082015032003

Pembimbing II


Soliyah Wulandari, SE, M.Sc.
NIP. 198501022015032004

PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk kedua Orang Tua, yakni Ayahanda Almarhum Samiludin dan Ibunda Sarmi tercinta yang telah mendidik serta selalu mencurahkan rasa kasih sayangnya hingga saat ini. Serta tidak ketinggalan pula Ayahanda Sarbani sebagai Ayah sambung yang bisa menyayangi aku seperti anak kandungnya sendiri.

Pengorbanan ketiganya tak sanggup untuk dibalas dengan apapun hanya dengan untaian doa yang dapat dipanjatkan semoga Allah saw membalas segala pengorbanan mereka dan memberkahi umurnya, mengampuni dosa-dosa mereka, berilah kasih sayang dan kebahagiaan pada mereka sebagaimana mereka telah mengasihi serta menyayangi diriku di waktu kecil Aamiin ya rabbal'aalamiin.

MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ
مُبِينٌ

Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.

(QS. Al-Baqarah: 168)

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Amiliya Sari, lahir di Cilegon tanggal 17 Mei 2000. Anak kedua dari dua bersaudara, buah kasih pasangan dari Ayahanda Samiludin dan Ibunda Sarmi. Serta memiliki Ayah sambung bernama Sarbani.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis yaitu di SDN Jambualas lulus Tahun 2012, SMPN 2 Ciruas lulus Tahun 2015, dan SMAN 1 Pontang Kabupaten Serang penulis mengambil jurusan IPA lulus di Tahun 2018. Kemudian melanjutkan studi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah lulus di Tahun 2022.

Selama menjadi mahasiswi aktif di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis pernah mengikuti organisasi intra kampus yaitu Forum Bidikmisi angkatan 2018, Komunitas Ekonomi Syariah (KES) UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, serta Komunitas Kewirausahaan dan Inovasi (KKI). Sementara penulis juga aktif di organisasi ekstra kampus yaitu di komunitas Mengejar Kebaikan.

Selama menjadi mahasiswi aktif di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis pernah mengikuti berbagai ajang perlombaan baik di tingkat regional maupun nasional. Berikut ini prestasi-prestasi yang pernah diraihinya yaitu Juara 1 Bisnis Plan JES (Jambore Ekonomi Syariah) di IAIN Tulungagung Tahun 2019, Juara 1 Bisnis Plan Temilreg di UNTIRTA Tahun 2020, Juara 1 Bazar Online IEFEST-5 di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2020, Juara 1 Bisnis Plan FBMB di UIN Alauddin Makassar Tahun 2020, Juara Favorit Bisnis Plan FBMB di UIN Alauddin Makassar Tahun 2020, Juara 3 Bisnis Plan Timah Diksi Nasional di IAIN Syaikh Abdurrahman Siddiq Bangka Belitung Tahun 2020, Juara 3 Bisnis Plan *Event Sharia Economic Expo Ke-5 KSEI PAKIES* di UIN Raden Fatah Palembang Tahun 2021, dan Mahasiswa Berprestasi dalam acara *Eksyar Award Sharia Economic Festival* di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2021.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Ungkapan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas karunia dan rahmatnya bagi kita kaum muslim masih di berikan nikmat sehat wal'afiat. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Baginda Alam yakni Nabi Besar Muhammad SAW, yang merupakan Suri Tauladan bagi umat Islam hingga akhir jaman.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT dan dengan usaha yang bersungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek dan *Electronic Word of Mouth (EWOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Mie Impor Korea Samyang”**.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M.Pd., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten periode 2021-2025.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Ibu Hj. Mukhlisatul Jannah, M. M, M. Ak., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
4. Ibu Hj. Mukhlisatul Jannah, M. M, M. Ak., selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Soliyah Wulandari, SE, M.Sc., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Seluruh Dosen, staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.
7. Kepada rekan-rekan mahasiswa/i Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Mengingat penulis masih dalam tahap belajar maka untuk itu penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 01 Juni 2022

Penulis,

Amiliya Sari

NIM. 181410062

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
NOTA DINAS	v
LEMBAR PERSETUJUAN.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO.....	ix
RIWAYAT HIDUP.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Penjelasan Teoritis Variabel Dependen	13
a. Pengertian Keputusan Pembelian	13
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
c. Indikator-Indikator Keputusan Pembelian.....	15

d. Resiko-Resiko Konsumsi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	16
e. Proses Keputusan Pembelian.....	16
2. Penjelasan Teoritis Variabel Independen	17
a. Pengertian Labelisasi Halal	17
b. Syarat-Syarat yang Mempengaruhi Kehalalan Produk	21
c. Indikator-Indikator Labelisasi Halal.....	22
d. Pengertian Citra Merek.....	23
e. Faktor-Faktor yang Membentuk Citra Merek	24
f. Indikator-Indikator Citra Merek	25
g. Pengertian <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i>	26
h. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terjadinya <i>Word of Mouth</i>	27
i. Indikator-Indikator <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i>	28
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Hubungan Antar Variabel	35
1. Hubungan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian	35
2. Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
3. Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
D. Hipotesis	38
E. Model Penelitian	39
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 40
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	40
B. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	40
C. Sampel dan Teknik Pengumpulan Sampel.....	43
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
E. Teknik Analisis Data.....	48
1. Uji Kualitas Data.....	49
a. Uji Validitas.....	49
b. Uji Reliabilitas.....	50
2. Uji Asumsi Klasik	50
a. Uji Normalitas	51
b. Uji Multikolinieritas	51

c. Uji Autokorelasi	52
d. Uji Heteroskedastisitas	53
3. Uji Hipotesis.....	53
a. Persamaan Regresi (Regresi Linear Berganda)	54
b. Uji Koefisien Korelasi (R).....	55
c. Uji koefisien Determinasi.....	57
d. Uji F.....	58
e. Uji Parsial (t)	59
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 61
A. Gambaran Umum Sampel Penelitian.....	61
B. Statistik Deskriptif	63
C. Analisis dan Pembahasan.....	69
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 95
A. Kesimpulan	95
B. Keterbatasan Penelitian.....	96
C. Saran	97
 DAFTAR PUSTAKA	 98
 LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	 104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skala Penilaian Terhadap Pertanyaan yang Diajukan.....	45
Tabel 1.2 Pengukuran Operasional Variabel	46
Tabel 1.3 Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi.....	56
Tabel 1.4 Gambaran Umum Sampel Penelitian Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 1.5 Gambaran Umum Sampel Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 1.6 Statistik Deskriptif Variabel.....	64
Tabel 1.7 Hasil Uji Validitas Variabel Labelisasi Halal	70
Tabel 1.8 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	71
Tabel 1.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i>	72
Tabel 1.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	72
Tabel 1.11 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 1.12 Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 1.13 Hasil Uji Multikolinieritas	75
Tabel 1.14 Hasil Uji Autokorelasi Menggunakan Durbin Watson	77
Tabel 1.15 Hasil Uji Autokorelasi Sesudah Perbaikan (Uji <i>Runs Test</i>).....	78
Tabel 1.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji <i>Glesjer</i>).....	80
Tabel 1.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Menggunakan Variabel X1).....	81
Tabel 1.18 Hasil Persamaan Regresi.....	83
Tabel 1.19 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R).....	85

Tabel 1.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	86
Tabel 1.21 Hasil Uji F.....	88
Tabel 1.22 Hasil Uji t.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Label Halal Resmi MUI	20
Gambar 1.2 Label Halal Tanpa Lembaga yang Menjamin	20
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 1.4 Model Penelitian	39