

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh *Packaging* Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian” ini disusun oleh Saila Azizah NIM 12402173179 pembimbing Dr. H. Mashudi, M. Pd.I

Perkembangan perekonomian yang semakin berkembang pesat berdampak pada permintaan konsumen dalam memenuhi kebutuhan. Hal tersebut berdampak juga pada perusahaan yang harus memiliki inovasi serta kreatifitas dalam menciptakan suatu produk, sehingga banyak diminati oleh konsumen. Selain itu, para konsumen dalam memilih produk tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor sehingga perlu dilakukan kajian lebih lanjut terkait dengan keinginan para konsumen

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah: (1) Apakah ada pengaruh yang signifikan variabel *packaging* terhadap keputusan pembelian produk dalam kemasan mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung ? (2) Apakah ada pengaruh yang signifikan variabel label halal terhadap keputusan pembelian produk dalam kemasan mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung ?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *packaging* dan label halal terhadap keputusan pembelian konsumen mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

Variabel dalam penelitian ini antara lain *packaging* sebagai variabel X1, label halal sebagai variabel X2, dan keputusan pembelian sebagai variabel dipengaruhi (Y). Penelitian ini menggunakan sampel mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2017-2020 sebanyak 100 sampel yang ada. Adapun teknik pengumpulan data, penulis menggunakan teknik penyebaran kuesioner melalui *google form*. Tahap selanjutnya, data kuesioner dianalisis dengan regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reabilitas dan uji asumsi klasik dioalah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,748 + 0,394X_1 + 0,593X_2$$

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam waktu tertentu, dihasilkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *packaging* dan label halal terhadap keputusan pembelian mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,586 menunjukkan bahwa 58,6% variasi keputusan pembelian bisa dijelaskan oleh kedua variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan 41,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini

Kata kunci: *packaging*, label halal, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This thesis with the title "Analysis of the Influence of Halal Packaging and Labels on Purchasing Decisions" was prepared by Saila Azizah NIM 12402173179, Dr. H. Mashudi, M. Pd.I

The economic development which is growing rapidly has an impact on consumer demand in fulfilling needs. This has an impact also on companies that must have innovation and creativity in creating a product, so that it is in great demand by consumers. In addition, consumers in choosing products are certainly influenced by several factors, so it is necessary to carry out further studies related to the desires of consumers

The formulation of the problems in this thesis are: (1) Is there a significant effect of variable packaging on product purchase decisions in packaging for Islamic Economics students at FEBI IAIN Tulungagung? (2) Is there a significant effect of the halal label variable on the purchase decision for the packaged products of Islamic Economics students at FEBI IAIN Tulungagung? The purpose of this study was to determine the effect of halal packaging and labels on consumer purchasing decisions of Islamic Economics students at FEBI IAIN Tulungagung.

The variables in this study include packaging as the X1 variable, the halal label as the X2 variable, and the purchasing decision as the influenced variable (Y). This study used a sample of 100 students majoring in Islamic Economics class 2017-2020. As for data collection techniques, the author uses questionnaire distribution techniques via google form. The next stage, the questionnaire data were analyzed using multiple linear regression which serves to prove the research hypothesis. The data that have met the validity test, reliability test and classical assumption test are analyzed to produce the following regression equation:

$$Y = 5.748 + 0.394X1 + 0.593X2$$

Based on the results of research conducted by researchers within a certain time, it was found that there was a positive and significant influence between halal packaging and label on purchasing decisions of students majoring in Islamic Economics, FEBI IAIN Tulungagung. The Adjusted R Square figure of 0.586 shows that 58.6% of the variation in purchasing decisions can be explained by the two independent variables used in the regression equation. Meanwhile, 41.4% was explained by other variables outside the two variables used in this study

Keywords: packaging, *halal* label, and purchase decisions.