

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedaap Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung” ini ditulis oleh Imroatul Muzayyanah, NIM 2824133047, pembimbing Syafrudin Arif M.M, M.Si.

Penulisan skripsi ini dilatarbelakangi oleh keinginan peneliti untuk membuktikan dan menguji tentang pengaruh pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian mie Sedaap. Asumsi peneliti banyak dari mahasiswa lebih memilih mie Sedaap sebagai pengganti nasi, kemungkinan ini terjadi karena mudahnya dalam proses pembuatan. Selain itu dalam kemasan mie Sedaap sudah tertera label halal sehingga sudah tidak diragukan lagi kehalalannya. Harga yang ditawarkan mie Sedaap juga sesuai dengan manfaat yang dirasakan.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini (1) Apakah pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung? (2) Apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung? (3) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung? (4) Apakah pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil yaitu mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung sebanyak 97 mahasiswa dengan menggunakan tehnik sampling *Stratified Random Sampling* atau tehnik acak terlapis. Metode pengumpulan data yaitu menggunakan metode angket, observasi dan dokumentasi. Sedangkan tehnik analisis data menggunakan alat bantu SPSS 20.0 menggunakan uji regresi linier berganda dengan tahap sebagai berikut: (1) uji validitas dan reliabilitas, (2) uji normalitas data, (3) uji asumsi klasik, (4) uji regresi linier berganda, (5) uji hipotesis.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sedangkan Labelisasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian serta Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel Pengetahuan Konsumen, Labelisasi Halal dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Angka *R Square* sebesar 0,329 menunjukkan bahwa 32,9% keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung dapat dipengaruhi oleh Pengetahuan Konsumen, Labelisasi Halal dan Harga sedangkan sisanya 67,1% keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata kunci: Pengetahuan Konsumen, Labelisasi Halal, Harga dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Consumer Knowledge, Halal Label and Price to Product Purchase Decision of Instant Noodle Brand of Sedaap Student of Economics and Business Faculty of Islam Institute of Islamic Religion of Tulungagung Country " was written by Imroatul Muzayyanah, NIM 2824133047, supervisor Syafrudin Arif M.M, M.Si.

The writing of this thesis was motivated by the desire of researchers to prove and test about the influence of consumer knowledge, halal labelling and price of Sedaap noodle purchase decision. The assumption of many researchers from students prefer Sedaap noodles as a substitute for rice, this possibility occurs because of the ease in the process of making. In addition, in packaging Sedaap noodles have been labelled halal so it is no doubt halal. The price offered by Sedaap noodles also matches the perceived benefits.

The formulation of the problem in writing this essay (1) Does the consumer's knowledge affect the purchase decision of instant noodle brand products sedaap on FEBI students of IAIN Tulungagung? (2) Does Halal labelling affect the buying decision of instant noodle brand products to students of FEBI students of IAIN Tulungagung? (3) Does the price affect the purchase decision of instant noodle brand products sedaap at FEBI students of IAIN Tulungagung students? (4) Is consumer's knowledge, halal labelling and price influence to purchase decision of instant noodle product of brand sedaap at FEBI students of IAIN Tulungagung?

The method used in this research was quantitative approach. Samples taken were FEBI students of IAIN Tulungagung as many as 97 students by using Stratified Random Sampling technique or coated random technique. Data were collected by using questionnaire, observation and documentation. While the data were analysed by using SPSS 20.0 tools then using multiple linear regression test with the following stages: (1) validity and reliability test, (2) data normality test, (3) classical assumption test, (4) multiple linear regression test, 5) hypothesis test.

Hypothesis testing using t test showed that Consumer Knowledge variable have positive and significant effect towards the Purchase Decision while Halal Labelling have positive and significant influence towards the Purchase Decision and Price have positive and significant influence towards the Purchase Decision. Then through the F test could be seen that the variable Consumer Knowledge, Halal Label and price together have a significant effect on Purchase Decision. Figures R Square of 0.329 indicates that 32.9% of purchasing decisions on FEBI IAIN Tulungagung students can be influenced by Consumer Knowledge, Halal Label and Price while the remaining 67.1% purchase decision in FEBI IAIN Tulungagung students is influenced by other variables outside the research.

Keywords: Consumer Knowledge, Halal Lab-elling, Price and Purchase Decision.