

Analysis of the Decision to Purchase Halal Samyang Noodles in Jakarta

By Novida Maharani

Abstract

Based on people who are still not aware of the halal label and promotions carried out by companies are not good, this study aims to analyze and prove the effect of halal labels and promotions on purchasing decisions for samyang noodles in Jakarta. Sampling was carried out using the Lemeshow method with 100 respondents. Data was collected by using a questionnaire distributed via google form. Data analysis techniques to determine the magnitude of the effect of halal labels and promotions on purchasing decisions for samyang noodles are validity tests, reliability tests, and multiple linear regression with the help of SPSS 20. The results of this study indicate that halal labels have a significant positive effect on purchasing decisions for samyang noodles, and Promotion has a significant positive effect on purchasing decisions for samyang noodles. And the halal label and promotion together have a significant influence on purchasing decisions for samyang noodles. The research that has been carried out and carried out still has many shortcomings and limitations in its manufacture so that the limitations that limit this research are the "lockdown" conditions imposed during the Covid-19 pandemic which caused various obstacles in data collection, respondents were only taken by region, and time constraints. Suggestions for further researchers are expected to be able to add variables. This is shown to be more varied to find out the relationship between one variable and another for the perfection of future research.

Keywords: *halal label, purchase decision, promotion*

Analisis Keputusan Pembelian Mie Samyang Halal Di Jakarta

Oleh Novida Maharani

Abstrak

Berdasarkan masyarakat yang masih kurang aware terhadap label halal dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan kurang baik maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh label halal, dan promosi terhadap keputusan pembelian mie samyang di Jakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode lemeshow sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disebarakan melalui google form. Teknik analisis data untuk mengetahui besaran pengaruh label halal dan promosi terhadap keputusan pembelian mie samyang adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan Regresi Linier Berganda dengan bantuan SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Label halal memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian mie samyang, dan Promosi memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap keputusan pembelian mie samyang. Serta label halal dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian mie samyang. Penelitian yang telah dilaksanakan dan dijalankan masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam pembuatannya sehingga keterbatasan yang membatasi penelitian ini adalah kondisi “*lockdown*” yang diberlakukan selama pandemic Covid-19 yang menyebabkan berbagai hambatan dalam pengumpulan data, responden yang hanya diambil berdasarkan wilayah saja, dan keterbatasan waktu. Saran untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel. Hal ini ditunjukan agar lebih bervariasi untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya untuk kesempurnaan penelitian kedepannya.

Kata Kunci: keputusan pembelian, label halal, promosi