



PENGARUH LABEL HALAL, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MI INSTAN IMPOR PADA MAHASISWA

SKRIPSI

ILHAN FANSYUR 2110116021

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

2025



PENGARUH LABEL HALAL, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MI INSTAN IMPOR PADA MAHASISWA

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

ILHAN FANSYUR 2110116021

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ilhan Fansyur

NIM : 2110116021

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 3 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Ilhan Fansyur)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ilhan Fansyur
NIM : 2110116021
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Label Halal, *Electronic Word of Mouth*, dan Harga terhadap Keputusan
Pembelian Mi Instan Impor pada Mahasiswa**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 3 Januari 2025

Yang menyatakan,


(Ilhan Fansyur)


SKRIPSI

PENGARUH LABEL HALAL, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MI INSTAN IMPOR PADA MAHASISWA

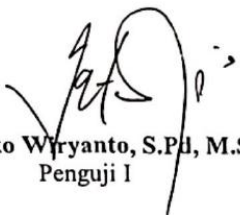
Dipersiapkan dan disusun oleh:

ILHAN FANSYUR 2110116021

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 3 Januari 2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.
Ketua Penguji




Fadhi Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF
Penguji I



Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubedah, S.E, M.M.
Dekan



Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 14 Januari 2025

***The Influence of Halal Label, Electronic Word of Mouth, and Price
on Purchasing Decisions of Imported Instant Noodles in College
Students***

By Ilhan Fansyur

Abstract

Imported products, especially instant noodles, are increasingly widespread in Indonesia, creating interesting market dynamics. The emergence of diverse brands from different countries provides consumers with a wide range of choices. However, there is still a lack of consumer awareness and understanding of a halal-labeled product, making it an important factor in purchasing decisions. On the other hand, erratic price fluctuations pose a significant challenge. In addition, the rapidly growing electronic word of mouth on social media can influence consumer perceptions, either positively or negatively, depending on the content delivered. This study aims to determine the halal label, electronic word of mouth, and price on purchasing decisions for imported instant noodles among students in Jabodetabek using a quantitative approach method. The sample size is 120 students. The technique in this study is multiple linear regression. The data processing tool used is SPSS software version 27. The results showed that the variables of halal labeling, electronic word of mouth, and price partially and simultaneously had a significant effect on purchasing decisions for imported instant noodles for students in Jabodetabek. This research is expected to provide insight for imported instant noodle producers to consider aspects of halalness, consumer reviews, and effective pricing strategies to improve purchasing decisions.

Keywords: *electronic word of mouth, halal label, imported instant noodles, price.*

**Pengaruh Label Halal, *Electronic Word of Mouth*, dan Harga
terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Impor pada
Mahasiswa**

Oleh Ilhan Fansyur

Abstrak

Produk impor khususnya mi instan semakin meluas di Indonesia, menciptakan dinamika pasar yang menarik. Masuknya berbagai merek dari berbagai negara menawarkan banyak pilihan bagi konsumen. Namun, masih ditemukan kurangnya kesadaran dan pemahaman konsumen atas suatu produk yang berlabel halal menjadikan faktor penting dalam keputusan pembelian. Di sisi lain, fluktuasi harga yang tidak menentu menjadi tantangan signifikan. Selain itu, *electronic word of mouth* yang berkembang pesat di media sosial dapat memengaruhi persepsi konsumen, baik positif maupun negatif, tergantung pada konten yang disampaikan. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui label halal, *electronic word of mouth* dan harga terhadap keputusan pembelian mi instan impor pada mahasiswa di Jabodetabek dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel 120 mahasiswa. Teknik pada penelitian ini ialah regresi linier berganda. Adapun alat bantu pengolah data yang digunakan ialah *software* SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan variabel label halal, *electronic word of mouth*, dan harga secara parsial dan simultan memberi pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mi instan impor pada mahasiswa di Jabodetabek. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi produsen mi instan impor untuk mempertimbangkan aspek kehalalan, ulasan konsumen, dan strategi penetapan harga yang efektif guna meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: *electronic word of mouth*, harga, label halal, mie instan impor.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Jumat, tanggal 03 Januari 2025, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Ilhan Fansyur

No.Pokok Mahasiswa : 2110116021

Program : Ekonomi Syariah S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Label Halal, Electronic Word of Mouth, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Impor pada Mahasiswa.

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Faizi, SE.I., M.Si.,Ph.D	Ketua	1.
2	Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd.,M.Si.,CDIF	Anggota I	2.
3	Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 03 Januari 2025

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprod. Ekonomi Syariah S.1

Ade Nur Rohim, M.E.I.,CDIF.

PRAKATA

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena atas Rahmat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul “Pengaruh Label Halal, *Electronic Word of Mouth*, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Impor pada Mahasiswa”. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah Program Sarjana. Ucapan terima kasih juga kepada Ibu Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, dan saran yang sangat bermanfaat. Kepada Bapak Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D. selaku ketua penguji. Kepada Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF selaku penguji 1. Serta kepada seluruh tenaga pengajar dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan penulis kesempatan yang sangat berharga untuk dapat menimba ilmu di perguruan tinggi dari awal hingga akhir.

Tak lupa penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orangtua, Bapak Alm. Jumono dan Ibu Anis, serta Saudari Indah Praminingsih selaku kakak penulis, yang senantiasa memanjatkan doa, menuturkan kata semangat, dan memberikan dukungan hingga tahap ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Zhafira Amanda Az Zahra, teman-teman Sihoms, dan teman-teman seperbimbingan, yang membersamai penulis di masa perkuliahan dan membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Terakhir untuk diri saya sendiri, pemilik skripsi ini, apresiasi sebesar-besarnya karena telah bekerja keras dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi berbagai pihak dan bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 3 Januari 2025

Ilhan Fansyur

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Keputusan Pembelian	7
2.1.2. Label Halal	9
2.1.3. <i>Electronic Word of Mouth</i>	11

2.1.4.	Harga	13
2.2.	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	14
2.3.	Model Penelitian	24
2.4.	Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN26

3.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	26
3.1.1.	Definisi Operasional Variabel.....	26
3.1.2.	Pengukuran Variabel.....	27
3.2.	Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1.	Populasi	29
3.2.2.	Sampel	29
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1.	Jenis Data.....	30
3.3.2.	Sumber Data	31
3.3.3.	Pengumpulan Data.....	31
3.4.	Teknik Analisis Data dan Uji Hopitesis.....	31
3.4.1.	Analisis Deskriptif.....	31
3.4.2.	Uji Kualitas Data	32
3.4.3.	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.4.4.	Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.4.5.	Uji Hipotesis.....	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....37

4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	37
4.2.	Deskripsi Data Penelitian	38

4.2.1.	Deskripsi Data Responden	38
4.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	42
4.4.	Uji Kualitas Data	46
4.4.1.	Uji Validitas.....	46
4.4.2.	Uji Reliabilitas.....	49
4.5.	Uji Asumsi Klasik	51
4.5.1.	Uji Normalitas	51
4.5.2.	Uji Multikolinearitas	52
4.5.3.	Uji Heteroskedastisitas	53
4.6.	Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.7.	Uji Hipotesis.....	55
4.7.1.	Uji T (Uji Signifikansi Parsial).....	55
4.7.2.	Uji F (Uji Simultan).....	57
4.7.3.	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	58
4.8.	Pembahasan	59
4.8.1.	Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Impor pada Mahasiswa di Jabodetabek.....	59
4.8.2.	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Impor pada Mahasiswa di Jabodetabek.....	60
4.8.3.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Impor pada Mahasiswa di Jabodetabek.....	61
4.8.4.	Pengaruh Label Halal, <i>Electronic Word of Mouth</i> , dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Impor pada Mahasiswa di Jabodetabek.....	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		65
5.1.	Simpulan.....	65
5.2.	Keterbatasan Penelitian	65

5.3. Saran 66

DAFTAR PUSTAKA67

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya.....	21
Tabel 2. Skala Likert	27
Tabel 3. Interpretasi Nilai Presentase Responden	28
Tabel 4. Pengukuran Variabel	28
Tabel 5. Nomor Sertifikat Halal	37
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	39
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi	40
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan dalam Sebulan	41
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	41
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Merek Mi Instan Impor Halal.....	42
Tabel 13. Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	43
Tabel 14. Jawaban Responden Variabel Label Halal (X1).....	44
Tabel 15. Jawaban Responden “Variabel Electronic Word of Mouth (X2)”	45
Tabel 16. Jawaban Responden Variabel Harga (X3).....	45
Tabel 17. Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 18. Uji Validitas Label Halal	48
Tabel 19. Uji Validitas Electronic Word of Mouth.....	48
Tabel 20. Uji Validitas Harga	49
Tabel 21. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	49
Tabel 22. Uji Reliabilitas Label Halal.....	50
Tabel 23. Uji Reliabilitas Electronic Word of Mouth	50
Tabel 24. Uji Reliabilitas Harga.....	51
Tabel 25. Uji Normalitas	51
Tabel 26. Uji Multikolinearitas	53
Tabel 27. Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 28. Uji Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 29. Uji t (Uji Parsial).....	56

Tabel 30. Uji F (Uji Simultan)	57
Tabel 31. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Negara Konsumsi Mi Instan Terbanyak di Dunia.....	2
Gambar 2. Model Penelitian	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Data Kuesioner 120 Responden

Lampiran 4 Hasil Deskripsi Data Responden

Lampiran 5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Lampiran 6 Hasil Output SPSS

Lampiran 7 Kartu Monitoring Bimbingan