

THE INFLUENCE OF HALAL LABEL, PRODUCT INNOVATION, AND CSR PROGRAM ON THE PURCHASE DECISION OF MIE SEDAAP IN JABODETABEK

by Muhamad Ridwansyah

Abstrack

The culinary industry in Indonesia has experienced rapid development in recent years, especially in the fast food sector. One of the products that has seen growth is instant noodles. According to data from Kata Data Insight Center, Indonesia is in second place in the world in terms of instant noodle consumption in 2024. PT Wings Group is one of the leading companies in Indonesia, with flagship products like Mie Sedaap ranking second after the Indomie product released by PT Indofood Sukses Makmur Tbk. The lack of innovation has become one of the factors hindering competition. The CSR program implemented by PT Wings Group is one of the efforts to improve consumer purchasing decisions. The research method used is a quantitative approach through the distribution of questionnaires to respondents using SEM-PLS, outer model, and inner model. This research states that halal labels and CSR programs do not have a significant impact on purchasing decisions. However, the product innovation variable significantly influences the purchasing decisions of Sedaap noodles in Jabodetabek. This research is expected to provide insights for regulators and academics, as well as to serve as input for PT Wings Group to improve consumer purchasing decisions for instant noodles.

Keyword: *CSR Program, Halal Label, Product Inovation*

**PENGARUH LABEL HALAL, INOVASI PRODUK, DAN
PROGRAM CSR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MIE SEDAAP DI JABODETABEK**

Oleh Muhammad Ridwansyah

Abstrak

Industri kuliner di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir khususnya pada sektor makanan cepat saji. Salah satu produk yang mengalami perkembangan yaitu mie instan. Berdasarkan data dari Kata data insight center, Indonesia pada tahun 2024 berada pada posisi kedua dalam tingkat konsumsi mie instan di dunia. PT Wings Group merupakan salah satu perusahaan terkemuka yang ada di Indonesia, produk yang menjadi unggulan seperti Mie Sedaap berada pada posisi kedua setelah produk indomie yang dikeluarkan oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Kurangnya inovasi menjadi salah satu faktor penghambat terjadinya kalah persaingan. Program CSR yang dilakukan PT Wings Group merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuisisioner kepada responden dengan menggunakan SEM-PLS, outer model, dan inner model. Penelitian ini menyatakan bahwa Label halal dan Program CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mie sedaap di Jabodetabek. Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan bagi regulator dan akademisi serta menjadi bahan masukan bagi PT Wings Group untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen mie instan.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Label Halal, Program CSR