

**PENGARUH LABELISASI HALAL, *BRAND IMAGE*, DAN
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MI SAMYANG
PADA GENERASI Z**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen**



Murdayana

No. Mhs. 122201976

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH LABELISASI HALAL, *BRAND IMAGE*, DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MI SAMYANG PADA
GENERASI Z**

Diajukan Oleh :

Murdayana

No. Mhs. 122201976

Yogyakarta, 9 Juli 2024

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Nur Rokhman, S.E., M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH LABELISASI HALAL, *BRAND IMAGE*, DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MI SAMYANG PADA
GENERASI Z**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Jurusan
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta pada tanggal^{22 Juli} 2024

Yang terdiri

Ketua,

Anggota,



Rasistia Wisandianing
Primadineska, S.E, M.Sc



Nur Rokhman, S.E., M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal, *Brand Image* dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z” dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 22 Juli 2024 adalah karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini merupakan hasil karya yang telah saya buat sendiri dan bukan merupakan tiruan, salinan atau duplikat dari skripsi lain yang telah dipergunakan untuk mendapatkan gelar kesarjanaannya sebelumnya. Apabila dikemudian hari saya terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil tiruan, salinan atau duplikat, maka gelar sarjana dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 22 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Murdayana

Saksi 1, sebagai pembimbing skripsi merangkap sebagai tim penguji skripsi



Nur Rokhman, S.E., M.Si

Saksi 2, sebagai ketua penguji skripsi



Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E, M.Sc

✓

MOTTO

Nilai akhir dari proses pendidikan, sejatinya terekapitulasi dari keberhasilannya menciptakan perubahan pada dirinya dan lingkungan. Itulah fungsi daripada pendidikan yang sesungguhnya.

(Lenang Manggala)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberi rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Labelisasi Halal, *Brand Image*, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada program Studi Manajemen Strata 1 di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

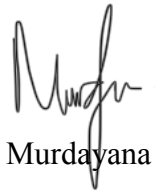
1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya
2. Kedua Orang tua, Bapak dan Ibu tercinta yang tidak pernah putus berdo'a untuk keberhasilan peneliti dalam menyusun skripsi ini. Terimakasih atas dukungan moral dan pengorbanan tanpa pamrih yang telah diberikan
3. Bapak Nur Rokhman, S.E. M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dukungan, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik.
4. Bapak Dr. Suparmono, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

5. Seluruh Dosen dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
6. Berbagai pihak yang tidak bisa peneliti sebut satu-persatu yang secara tidak langsung memberikan dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.

Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk melengkapi kekurangan yang ada pada skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 22 Juli 2024

Peneliti



Murdayana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal, *brand image*, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian mi Samyang pada generasi Z. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang diuji dengan analisis regresi linear berganda menggunakan program *Software SPSS for Windows*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang lahir dalam kurun waktu tahun 1997 sampai dengan 2008, beragama Islam, pernah melakukan pembelian mi Samyang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 197 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *google form*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa labelisasi halal dan *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel religiusitas memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : labelisasi halal, *brand image*, religiusitas, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of halal labeling, brand image and religiosity on the decision to purchase Samyang noodles in generation Z. The type of research used in this research is quantitative which is tested with multiple linear regression analysis using the SPSS for Windows software program. The population in this research is all consumers who were born in the period 1997 to 2008, are Muslim, and have purchased Samyang noodles. The sampling technique uses non-probability sampling with a purposive sampling method. The total sample was 197 respondents. The data collection method uses a questionnaire announced via Google Form. The results of this research show that halal labeling and brand image have no influence on purchasing decisions, while the religiosity variable has an influence on purchasing decisions.

Keywords: halal labeling, brand image, religiosity, purchasing decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	12
C. Batasan Masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian	13
BAB II.....	15
LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	15
A. Landasan Teori.....	15
1. Labelisasi Halal	15
2. <i>Brand Image</i>	17
3. Religiusitas	18
4. Keputusan Pembelian	19
B. Perumusan Hipotesis	20
C. Penelitian Terdahulu	23
D. Kerangka Penelitian	28
BAB III	29

METODOLOGI PENELITIAN.....	29
A. Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	29
1. Labelisasi Halal	29
2. <i>Brand Image</i>	30
3. Religiusitas	32
4. Keputusan Pembelian	34
B. Jenis Penelitian.....	37
C. Sumber Data.....	37
D. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi	37
2. Sampel	38
E. Metode Pengumpulan Data	39
F. Metode Analisis Data.....	39
BAB IV	45
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA.....	45
A. Sejarah Singkat Mi Samyang.....	45
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	46
C. Analisis Data	47
D. Pembahasan.....	61
BAB V.....	64
PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Table 1. Penelitian Terdaulu	23
Table 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Table 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Table 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
Table 5. Hasil Uji Validitas.....	50
Table 6. Hasil Uji Reliabilitas	51
Table 7. Hasil Uji Normalitas	52
Table 8. Hasil Uji Multikolinearitas	54
Table 9. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	55
Table 10. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
Table 11. Hasil Uji t.....	59
Table 12. Hasil Uji F	58
Table 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi	61