

**PENGARUH LABEL HALAL DAN LABEL KEMASAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SEDAAP
DI 4 KECAMATAN KOTA KABUPATEN SUKOHARJO**



NASKAH PUBLIKASI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar sarjana
Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

YAYUK KURNIA SARI

B 100 090 106

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2013

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH LABEL HALAL DAN LABEL KEMASAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SEDAAP DI 4
KECAMATAN KOTA KABUPATEN SUKOHARJO**

Yang ditulis oleh:

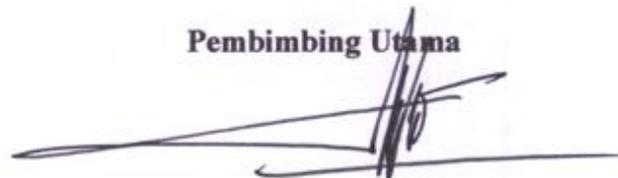
YAYUK KURNIA SARI

B 100 090 106

Penandatanganan berpendapat bahwa usulan penelitian tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Februari 2013

Pembimbing Utama



(Drs. M. Nasir, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, M.Si)

ABSTRACT

HALAL EFFECT AND LABEL PACKAGING PURCHASING DECISIONS MIE SEDAAP AGAINST IN DISTRICT 4 SUKOHARJO CITY

Yayuk Kurnia Sari, B 100 090 106, Faculty of Economic and Business

Muhammadiyah University of Surakarta, 2013, 52 pages

This study entitled Labels Halal Effect and Label Packaging Purchasing Decisions Mie Sedaap Against In District 4 Sukoharjo City. The purpose of this study was to analyze the influence of label halal (X_1) on purchase decisions noodle products Sedaap and to analyze the effect of labels (X_2) on purchase decisions noodle products Sedaap. The population was muslim communities in Sukoharjo. While the number of samples taken by 100 respondents. Testing the hypothesis in this study using a multiple linear regression analysis with the t test, f test, and the coefficient of determination (R_2). based on survey results revealed that halal label variable (X_1) have positive and significant impact on purchasing decisions because $t_{hitung} > t_{table}$ of $2.843 > 1.984$. Variable labels are also positive and significant impact on purchasing decisions because $t_{hitung} > t_{table}$ of $2.222 > 1.984$. In the test f obtained $F_{count} > F_{table}$ of $67.967 > 4.00$ then simultaneously variable label halal (X_1) and labels (X_2) jointly have a positive and significant impact on purchasing decisions.

Keywords: labels halal, packaging labels, purchasing decisions

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Labelisasi halal merupakan rangkaian persyaratan yang seharusnya dipenuhi oleh pelaku usaha yang bergerak dibidang pengolahan produk makanan dan minuman atau diistilahkan secara umum sebagai pangan. Pangan yang halal,dan baik merupakan syarat penting untuk kemajuan produk-produk pangan lokal di Indonesia khususnya, agar dapat bersaing dengan produk lain baik didalam negeri maupun diluar negeri.

Mie Sedap merupakan salah satu jenis makanan instan dalam kemasan yang telah dikenal di Indonesia cukup lama hingga sekarang ini. Mie Sedaap melakukan pembaharuan dalam hal rasa seperti rasa ayam bawang, ayam spesial, kari ayam, kare spesial, sambel goreng, soto, dan rasa kaldu ayam. Dalam hal ini Mie Sedaap harus memperhatikan proses pembuatan produknya agar terhindar dari hal-hal yang dapat menyebabkan produknya menjadi tidak halal

Perkembangan bahan pengemas pangan berlangsung sejalan dengan upaya produsen pangan untuk mempertahankan mutu dan keamanan pangan selama mungkin. Mutu pangan yang terjaga dalam waktu yang lama akan mempermudah produsen dalm mendistribusikan produknya kepada konsumen yang letaknya sangat jauh sekalipun. Selain berfungsi menjaga mutu, kemasan pangan juga bisa dimanfaatkan oleh produsen untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen termasuk didalamnya adalah memberikan informasi yang lebih detail mengenai produk tersebut seperti komposisi bahan, nilai gizi, dan lain-lain. Selain informasi mengenai produk tersebut produsen juga boleh mencantumkan klaim-klaim yang dapat memikat konsumen namun informasi dan klaim yang dicantumkan jelas, benar dan jujur.

2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh label halal (X_1) terhadap keputusan pembelian produk Mie Sedaap dan untuk menganalisa pengaruh label kemasan (X_2) terhadap keputusan pembelian produk Mie Sedaap.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengambilan Keputusan konsumen

Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan pembelian dan bagaimana konsumen dalam menggunakan dan mengatur pembelian barang atau jasa.

2. Label Halal

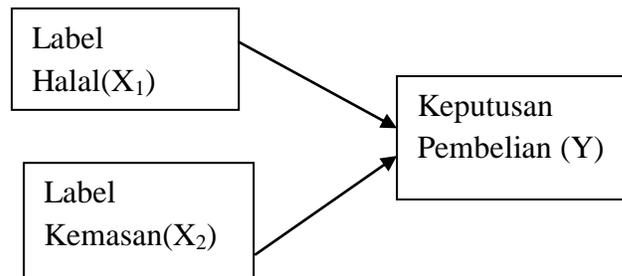
Menurut Muammad Ibnu Elmi 2009 Label halal adalah label yang diberikan kepada produk-produk yang telah memenuhi kriteris halal menurut Agama Islam. Perusahaan-perusahaan yang mencantumkan produknya dengan label halal perusahaan tersebut telah melakukan proses halal pada produknya.

3. Label kemasan

Berdasarkan Undang-Undang RI No. 7 Tahun 1996 yang dimaksud dengan label kemasan adalah setiap keterangan mengenai kemasan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan dalam kemasan.

C. METODE PENELITIAN

1. Kerangka Pemikiran



Gambar I Kerangka Pemikiran

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di kabupaten Sukoharjo yang pernah mengkonsumsi dan membeli Mie Sedaap. Yang dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian masyarakat di 4 kecamatan kota Kabupaten Sukoharjo yaitu kecamatan Grogol, Kecamatan Sukoharjo, Kecamatan Mojolaban dan Kecamatan Kartasura. Masing-masing dari setiap kecamatan diambil sampel sebanyak 25 responden.

3. Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *area sampling*. Area sampling merupakan pemilihan atau pengambilan sampel dilakukan berdasarkan wilayah. Wilayah pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu 4 kecamatan kota sukoharjo yaitu kecamatan Grogol, Kecamatan Sukoharjo, Kecamatan Mojolaban dan Kecamatan Kartasura. Masing-masing dari setiap kecamatan diambil sampel sebanyak 25 responden. Jadi keseluruhan sampel dari penelitian ini adalah 100 responden.

4. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metodenya adalah dengan melakukan survey konsumen, yaitu

melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat di 4 Kecamatan kota Sukoharjo sebanyak 100 responden.

5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan pengumpulan data dengan mengajukan suatu daftar yang berisikan pertanyaan mengenai suatu hal kepada responden kemudian diisi oleh responden tanpa bantuan peneliti.

D. HASIL PENELITIAN

Deskripsi Responden

1. Jenis Kelamin

Tabel 1
Karkteristik Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|--------|---------------|--------|------------|
| 1 | Laki-Laki | 39 | 39% |
| 2 | Perempuan | 61 | 61 % |
| Jumlah | | 100 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah

2. Umur responden

Tabel II
Umur Responden

| Umur | Jumlah | Persentase |
|-------------|--------|------------|
| < 20 Tahun | 10 | 10% |
| 20-29 Tahun | 44 | 44% |
| 30-39 Tahun | 18 | 18% |
| 40-49 Tahun | 22 | 22% |
| >50 Tahun | 6 | 6% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah

3. Pendidikan Terakhir Responden

Tabel III
Pendidikan Terakhir

| Pendidikan terakhir | Jumlah | Persentase |
|---------------------|--------|------------|
| SD | 9 | 9% |
| SLTP | 19 | 19% |
| SMU/SMK | 37 | 37% |
| Akademi/Diploma | 12 | 12% |
| Sarjana | 23 | 23% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah

4. Kecamatan Tempat Tinggal Responden

Tabel IV
Kecamatan Tempat Tinggal

| Kecamatan | Jumlah | Persentase |
|-----------|--------|------------|
| Kartasura | 25 | 25% |
| Mojolaban | 25 | 25% |
| Sukoharjo | 25 | 25% |
| Grogol | 25 | 25% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil Analisis Data

1. Pengujian instrumen penelitian

a. Hasil Uji Validitas

1) Keputusan Pembelian

Tabel V

Hasil Uji Validitas Item-Item Keputusan Pembelian

| Item | R_{hitung} | r_{-tabel} | Keterangan |
|-------------|---------------------------|---------------------------|-------------------|
| 1 | 0,820 | 0,195 | Valid |
| 2 | 0,800 | 0,195 | Valid |
| 3 | 0,819 | 0,195 | Valid |

2) Label Halal

Tabel VI

Hasil Uji Validitas Item-Item Label Halal

| Item | r_{-hitung} | r_{-tabel} | Keterangan |
|-------------|----------------------------|---------------------------|-------------------|
| 1 | 0,668 | 0,195 | Valid |
| 2 | 0,685 | 0,195 | Valid |
| 3 | 0,619 | 0,195 | Valid |
| 4 | 0,843 | 0,195 | Valid |

Sumber: data diolah

3) Label Kemasan

Tabel VII

Hasil Uji Validitas Item-Item Label Kemasan

| Item | R_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 0,746 | 0,195 | Valid |
| 2 | 0,723 | 0,195 | Valid |
| 3 | 0,631 | 0,195 | Valid |
| 4 | 0,820 | 0,195 | Valid |

Sumber: data diolah

b. Uji Reliabilitas

Tabel VIII
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|---------------------|-------------------------|------------|
| Keputusan Pembelian | 0,741 | Reliabel |
| Label Halal | 0,669 | Reliabel |
| Label Kemasan | 0,712 | Reliabel |

Sumber : data diolah

c. Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel IX
Hasil uji Normalitas

| Variabel | Signifikansi | Simpulan |
|-------------------------|--------------|---------------------------|
| Unstandardized Residual | 0,071 | Data Terdistribusi Normal |

Sumber: data diolah

2) Uji Multikolinieritas

Tabel X
Hasil Uji Multikolinieritas

| Variabel | VIF | Tolerance |
|----------|-------|-----------|
| LH | 5,557 | 0,180 |
| LK | 5,557 | 0,180 |

Sumber : data diolah

Dari tabel diatas kedua variabel memiliki $VIF < 10$ dan memiliki tolerance $> 0,1$ sehingga disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas. Dengan demikian diketahui bahwa data penelitian memenuhi asumsi bebas multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel XI

Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Variabel | Signifikansi | Simpulan |
|----------|--------------|---------------------------|
| LH | 0,620 | Bebas Heteroskedastisitas |
| LK | 0,909 | Bebas Heteroskedastisitas |

Sumber : data diolah

Metode analisis data

1) Analisis Regresi Berganda

Tabel XII

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Variabel | Koefisien Regresi |
|---------------|-------------------|
| Label Halal | 0,412 |
| Label Kemasan | 0,310 |

| | |
|---|--|
| Konstanta: 0,047 | |
| R = 0,764 | |
| R ² = 0,584 | |
| F _{hitung} = 67,967 Sig. 0,000 | |

Sumber : data diolah

$$KP = 0,047 + 0,412 X_1 + 0,310 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas dapat diuraikan sebagai berikut: Koefisien regresi variabel label halal bernilai positif sebesar 0,412. Hal ini menunjukkan bahwa label halal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien regresi variabel label kemasan bernilai positif sebesar 0,310. Hal ini

menunjukkan bahwa label kemasan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2) Uji F atau ketepatan model

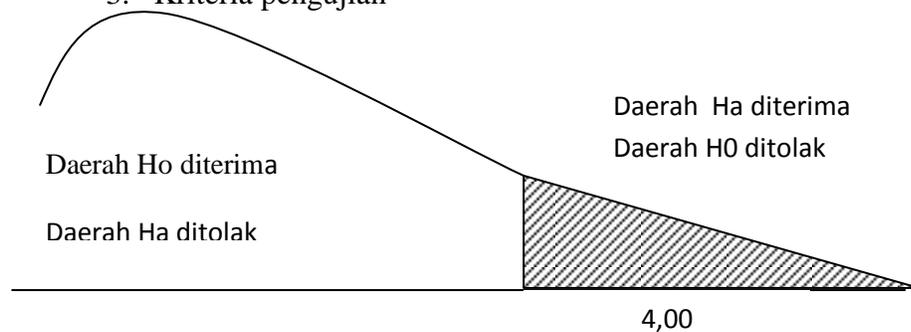
1. Menyusun hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternative (H_a)

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$, tidak ada pengaruh yang signifikan antara label halal (X_1) dan label kemasan (X_2) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a: \beta_1 \neq \beta_2 = 0$, ada pengaruh yang signifikan antara label halal (X_1) dan label kemasan (X_2) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Tingkat signifikansi = 0,05

3. Kriteria pengujian



Gambar II Uji F

H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F(\alpha, k-1, N-k)$

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F(\alpha, k-1, N-k)$

4. Nilai F statistik (F_{hitung})

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan computer SPSS, maka dapat diketahui nilai statistik F sebesar 67,967

5. Kesimpulan

Nilai statistik F_{hitung} sebesar 67,967 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 4,00 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Label Halal dan Label Kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian masyarakat, sehingga model *eksis/fit* untuk digunakan.

3) Uji Hipotesis atau Uji t

a) Uji t variabel Label Halal (LH)

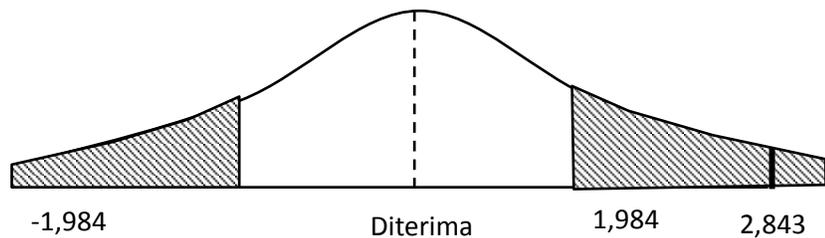
1. Menentukan hipotesis nihil alternatif

$H_0 : \beta = 0$, artinya tidak ada pengaruh signifikan antara label halal (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a : \beta \neq 0$, artinya ada pengaruh signifikan antara label halal (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Tingkat signifikansi = 0,05

3. Kriteria Pengujian



Gambar III Uji t Variabel Label Halal

$$t(\alpha/2; N-2) = t(0,025 ; 98) = 1,984$$

H_0 diterima bila $-1,984 \leq t_{hitung} \leq 1,984$.

H_0 ditolak bila $t_{hitung} < -1,984$ atau $-t_{hitung} > 1,984$

4. Menghitung $t_{statistik}$ (t_{hitung}).

Dalam tabel hasil regresi terlihat t_{hitung} untuk variabel LH sebesar 2,843.

5. Kesimpulan

Pada pengujian t menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 2,843 > t_{tabel} sebesar 1,984 jadi H_0 ditolak. Kesimpulan : Variabel Label Halal (LH) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian masyarakat dengan derajat kepercayaan sebesar 95%.

4) Uji t variabel Label Kemasan (LK)

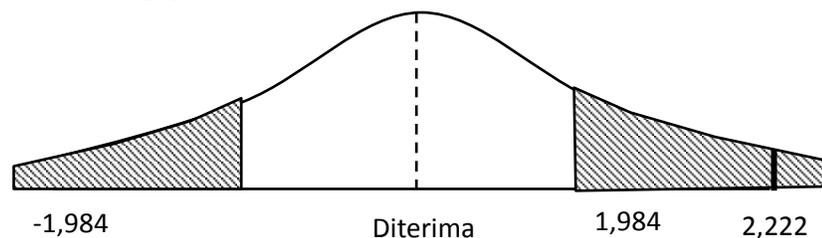
1. Formulasi hipotesis

$H_0 : \beta = 0$, artinya tidak ada pengaruh signifikan antara label kemasan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_a : \beta \neq 0$, artinya ada pengaruh signifikan antara label kemasan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Tingkat signifikansi = 0,05

3. Kriteria Pengujian



Gambar IV. Uji t Variabel Label Halal

$$t(\alpha/2; N-2) = t(0,025 ; 98) = 1,984$$

H_0 diterima bila $-1,984 \leq t_{hitung} \leq 1,984$.

H_0 ditolak bila $t_{hitung} < -1,984$ atau $-t_{hitung} > 1,984$

4. Menghitung $t_{statistik}$ (t_{hitung}).

Dalam tabel hasil regresi terlihat t_{hitung} untuk variabel LK sebesar 2,222.

5. Kesimpulan

Pada pengujian t menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar $2,222 > t_{tabel}$ sebesar 1,984 jadi H_0 ditolak. Kesimpulan : Variabel Label Kemasan (LK) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian masyarakat dengan derajat kepercayaan sebesar 95%.

d. Uji Determinasi R Square

Dari hasil estimasi persamaan tersebut, besarnya koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,584. Artinya 58,4% variasi peningkatan Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen yaitu Label Halal (LH) dan Label Kemasan (LK). Sedangkan $1 - 0,584$ atau 41,6% variasi variabel peningkatan Keputusan Pembelian dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

E. SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis diperoleh ada pengaruh variabel label halal (X_1) terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dengan uji t. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian Mie sediaan terbukti kebenarannya. Berdasarkan hasil analisis diperoleh ada pengaruh variabel label kemasan (X_2) terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dengan uji t. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara label kemasan terhadap keputusan pembelian Mie sediaan terbukti kebenarannya.

2. Saran

Penelitian selanjutnya sebaiknya mengembangkan variabel-variabel yang diteliti, sebab tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan

yang lebih baik. Selain itu penelitian selanjutnya dilakukan dengan memperluas atau memperbanyak responden yang tidak hanya pada masyarakat di 4 kecamatan kota Kabupaten Sukoharjo saja. Penelitian yang lain diharapkan untuk menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS*. Semarang: BP Undip.
- Ibnu Elmi, Muhammad. 2009. *Label Halal Antara Spiritualitas Bisnis dan Komoditas Agama*. Malang: Madani.
- Kotler Philip dan Gary Amstrong 1994. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler Philip dan Kevin Lanne Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Bisnis Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Muhtarom. 2011. Pengaruh *Label Halal, Label Nutrisi, Dan Label Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dalam Kemasan (studi FE Universitas Muhammadiyah Semarang)*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Singarimbun, Masri. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Subagyo, Pangestu. 2005. *Statistika Induktif*. Yogyakarta: BPFE
- Undang-Undang Dasar No 7 Tahun 1996