

**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:

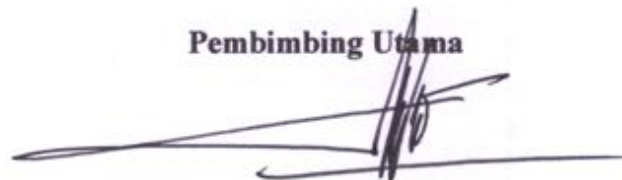
**YAYUK KURNIA SARI**

**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**

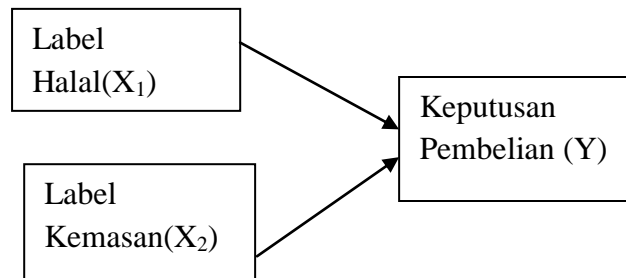
Menurut Muammad Ibnu Elmi 2009 Label halal adalah label yang diberikan kepada produk-produk yang telah memenuhi kriteris halal menurut Agama Islam. Perusahaan-perusahaan yang mencantumkan produknya dengan label halal perusahaan tersebut telah melakukan proses halal pada produknya.

### **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 mengonsumsi 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**

<b>Item</b>	<b>R<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>-tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
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**

<b>Item</b>	<b>r<sub>-hitung</sub></b>	<b>r<sub>-tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
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**

<b>Item</b>	<b>R<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
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<sup>2</sup> = 0,584  
F<sub>hitung</sub> = 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

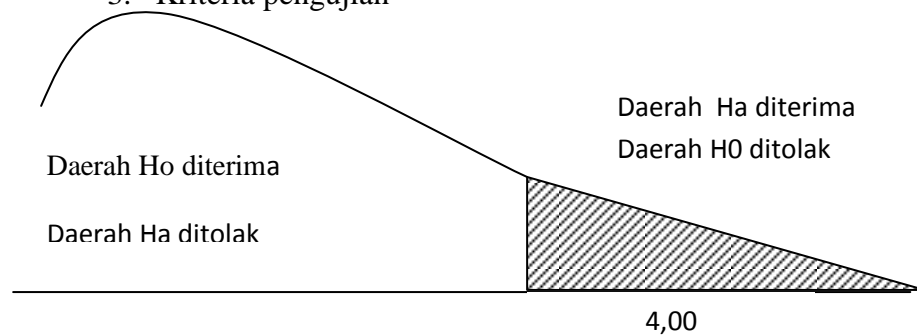
1. Menyusun hipotesis nihil ( $H_0$ ) dan hipotesis alternative ( $H_a$ )

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$ , 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)

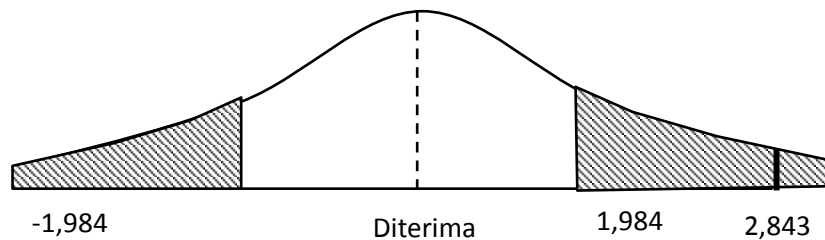
##### 1. Menentukan hipotesis nihil alternatif

$H_0 : \beta = 0$ , 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)

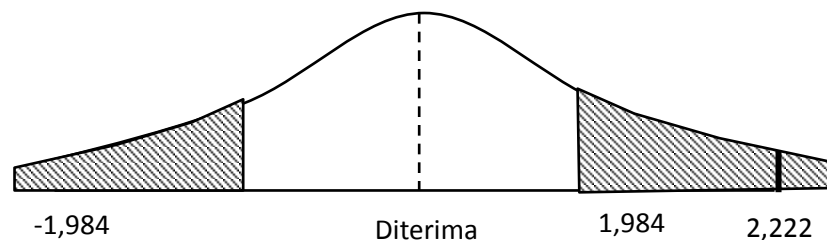
#### 1. Formulasi hipotesis

$H_0 : \beta = 0$ , 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 sedaap 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 sedaap 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