

**ANALISA PENGARUH PENCANTUMAN MEREK, KEMASAN, LABEL
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
MAKANAN CEPAT SAJI WARALABA INTERNASIONAL
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**



SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

ANJANG SUDRAJAT

B 100 130 430

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISA PENGARUH PENCANTUMAN MEREK, KEMASAN, LABEL
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
MAKANAN CEPAT SAJI WARALABA INTERNASIONAL DENGAN
MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

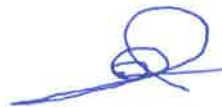
Oleh :

ANJANG SUDRAJAT

B 100 130 430

Telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Muhammad Sholahudin, SE., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISA PENGARUH PENCANTUMAN MEREK, KEMASAN, LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI WARALABA INTERNASIONAL DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

OLEH :

ANJANG SUDRAJAT
B 100 130 430

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Jum'at 6 April 2018
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji :

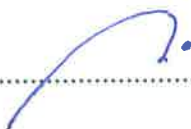
1. Dr. Syamsudin, M.M
(Ketua Dewan Penguji)

()

2. Muhammad Sholahuddin S.E M.Si.
(Anggota 1 Dewan Penguji)

()

3. Basworo Dibyo S.E M.Si.
(Anggota 2 Dewan Penguji)

()

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta




Dr. Syamsudin, MM



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ANJANG SUDRAJAT**

NIRM : **B 100 130 430**

Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **“ANALISIS PENGARUH PENCANTUMAN MEREK,
KEMASAN, LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI
WARALABA INTERNASIONAL DENGAN MINAT
BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”.**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan gelar atau ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **28 Maret 2018**

Yang membuat pernyataan,



ANJANG SUDRAJAT

MOTTO

“Nikmatilah Prosesnya Ketimbang Hasilnya”.

(Warren Buffet)

“Dan janganlah kamu berputus asa daripada rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa daripada rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur.”

(Q.S. Yusuf: 87)

Jangan menyerah atas impianmu, impian memberimu tujuan hidup. Ingatlah, sukses bukan kunci kebahagiaan, kebahagiaanlah kunci sukses.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk, tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna. Semoga dari awal proses sampai karya ini selesai dapat memberikan amalan bagi kita semua.
2. Khatamul Anbiya Muhammad SAW, semoga sholawat dan salam selalu tercurah kepada beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
3. Orang tua saya yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, motivasi yang sangat besar sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah ini.
4. Sahabat–sahabatku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah sekalian.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisa Pengaruh Pencantuman Merek, Kemasan, Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Cepat Saji Waralaba Internasional Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi”**.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Dr. Syamsudin, SE, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, SE., M.Si., Ph.D, selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Muhammad Sholahudin, SE.,M.Si., selaku pembimbing skripsi dan pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan selama penulisan dalam menempuh skripsi.

4. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
5. Ibu dan ayah tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil. Terima kasih untuk semua, motivasi, bimbingan, kerja keras dan pengorbanan yang telah dilakukan.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 28 Maret 2018

Penulis

Anjang Sudrajat

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Teori	7
B. Hubungan antar Variabel	35
C. Penelitian Terdahulu	39
D. Hipotesis	42
E. Kerangka Berfikir	45
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Pennelitian	48
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	48
C. Jenis Data dan Sumber Data	52

	D. Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	52
	E. Metode Pengumpulan Data	53
	F. Metode Analisis Data	54
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
	A. Diskripsi Responden	58
	B. Analisis Data	62
	C. Pembahasan	72
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	81
	B. Keterbatasan Penelitian	82
	C. Saran	82
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Hasil Diskripsi Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Hasil Diskripsi Usia	63
Tabel 4.3 Hasil Distribusi Kecamatan	64
Tabel 4.4 Hasil Diskripsi Pendapatan	65
Tabel 4.5 Hasil Diskripsi Pekerjaan	66
Tabel 4.6 Validitas <i>Converent (Outer Loading)</i>	67
Tabel 4.7 Pengujian Reliabilitas <i>Cronbah's Alpha</i>	68
Tabel 4.8 Pengujian Reliabilitas <i>Composite Reliability</i>	69
Tabel 4.9 Hasil Model Struktur	70
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Path Coefficient (Direct Effect)</i>	71
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Path Coefficient (Indiert Effect)</i>	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	50
Gambar 4.1 Pengujian Reliabilitas (<i>Composite Reliability</i>)	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian

Lampiran 2. Hasil Analisis Identitas Responden

ABSTRAK

Analisis penelitian ini tentang pengaruh kemasan, label halal, dan merek terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli. Studi yang dilakukan pada Pelanggan Makanan Cepat Saji Waralaba Internasional. Sampel yang diambil dalam studi tersebut sebanyak 100 responden yang menjadi pelanggan makanan cepat saji Waralaba Internasional. Metode analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil analisis yang ditemukan maka dapat dijelaskan bahwa secara langsung kemasan, label halal, merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli sedangkan secara tidak langsung juga kemasan, label halal, dan merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli.

Kata kunci: Kemasan, Label Halal, Merek, Minat Beli, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The analysis of this study on the effects of packaging, halal labels and brands on purchasing decisions mediated by buying interest. Studies conducted on Fast Food International Franchise Consumers. Samples taken in the study were 100 respondents who became fast food customers International Franchise. The analysis method used is multiple linear regression analysis, validity and reliability test. Based on the results of the analysis found it can be explained that directly packaging, halal label, the brand has a positive and significant influence on buying interest while indirectly also packaging, halal label, and brand have a significant effect on purchasing decisions mediated by buying interest .

Key words: Packaging, Halal Label, Brand, Purchase Intention, Purchase Decision