

**PENGARUH TERPAAN PEMBERITAAN TERKAIT SERTIFIKAT HALAL MIXUE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Komunikasi dan Informatika**

**Oleh :**

**VETI ISTIQOMAH**

**L100190040**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
JULI 2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH TERPAAN PEMBERITAAN TERKAIT SERTIFIKAT HALAL MIXUE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**PUBLIKASI ILMIAH**

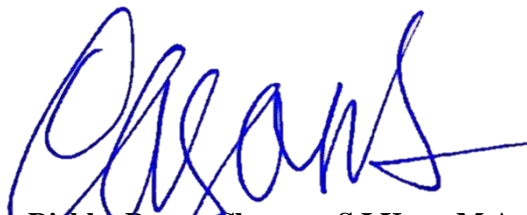
**Oleh :**

**VETI ISTIQOMAH**

**L100190040**

**Telah diperiksa dan disetujui oleh :**

**Dosen Pembimbing :**



**Rona Rizkhy Bunge Chasana, S.I.Kom, M.A**

**NIDN.06**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH TERPAAN PEMBERITAAN TERKAIT SERTIFIKAT HALAL MIXUE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**OLEH :**

**VETI ISTIQOMAH**

**L100190040**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Komunikasi dan Informatika  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Jumat, 30 Agustus 2024  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Dewan Penguji :**

- 1. Rona Rizkhy Bunga Chasana, S.I.Kom, M.A  
(Ketua Dewan Penguji)**
- 2. Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si  
(Anggota I Dewan Penguji)**
- 3. Agus Triyono, S.Sos., M.Si.  
(Anggota II Dewan Penguji)**

(.....)  
(.....)  
(.....)

Dekan,



**Nurdiyana, S.T., M.Sc., Ph.D.**

**NIDN.0612076901**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 19 Juli 2024  
Penulis



**Veti Istiqomah**  
**L100190040**

# PENGARUH TERPAAN PEMBERITAAN TERKAIT SERTIFIKAT HALAL MIXUE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

## ABSTRAK

Mixue telah di perbincangkan oleh media akibat adanya isu kehalalan produk yang dipertanyakan oleh masyarakat Indonesia. Isu ini menyebar cepat melalui media sosial, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji pengaruh terpaan pemberitaan media terkait sertifikat halal Mixue terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan teori SOR (*Stimulus Organism Respon*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan pada paradigma positivism. Data dikumpulkan melalui survei online yang disebarakan kepada 100 pengikut akun Instagram resmi Mixue. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yang bertujuan untuk memilih responden yang relevan dengan penelitian ini. Analisis data dilakukan dengan regresi linear sederhana dan uji T menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara terpaan pemberitaan media terkait sertifikat halal Mixue dengan keputusan pembelian konsumen, dengan kontribusi sebesar 63,2%. Uji T menghasilkan nilai thitung sebesar 12,971 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menegaskan bahwa informasi yang disebarluaskan melalui media sosial dapat mempengaruhi perubahan sikap konsumen terhadap produk, terutama dalam konteks isu kehalalan yang sensitif di masyarakat mayoritas Muslim seperti Indonesia.

**Kata Kunci : Mixue, Keputusan Pembelian, Media Sosial, Sertifikat Halal**

## ABSTRACT

Mixue has been discussed by the media due to the issue of halal products that are questioned by the Indonesian people. This issue spreads quickly through social media, so it can influence consumer purchasing decisions. The purpose of this study was to examine the effect of exposure to media coverage related to Mixue's halal certificate on consumer purchasing decisions. This study uses the SOR (Stimulus Organism Response) theory using a quantitative approach based on the positivism paradigm. Data was collected through an online survey distributed to 100 followers of Mixue's official Instagram account. The sampling technique used was purposive sampling, which aims to select respondents who are relevant to this study. Data analysis was carried out by simple linear regression and T test using SPSS software. The results showed that there was a significant influence between exposure to media coverage related to Mixue's halal certificate and consumer purchasing decisions, with a contribution of 63.2%. The T test resulted in a t-count value of 12.971 with a significance value of 0.000 which is smaller than 0.05. This finding confirms that information disseminated through social media can influence changes in consumer attitudes towards products, especially in the context of sensitive halal issues in Muslim-majority societies such as Indonesia.

**Keywords: Mixue, Buyer Decision, Social Media, Halal Certificate**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>8</b>
1.1 Latar Belakang .....	8
2. Tori Terkait .....	11
2.1 <i>Stimulus Organism Response</i> .....	11
2.2 Terpaan Media.....	12
2.3 Keputusan Pembelian .....	14
<b>3. Metodologi Penelitian</b> .....	<b>16</b>
3.1 Kerangka Pemikiran.....	16
3.2 Metode .....	17
<b>4. Hasil dan Pembahasan</b> .....	<b>21</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	21
4.2 Pengujian Persyaratan .....	21
4.3 Pembahasan.....	26
<b>5. Penutup</b> .....	<b>29</b>
5.1 Kesimpulan .....	29
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>30</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>33</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Ilustrasi teori SOR.....	12
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir.....	16
Gambar 3.2 Skor Skala Likert .....	18

## DAFTAR TABLE

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....	21
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas .....	23
Tabel 4.3 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	24
Tabel 4.4 Hasil Uji T .....	25
Tabel 4.5 Hasil Uji R Square .....	26