JAMIN
Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis
E-ISSN (Online) : 2621 – 3230 Volume 5, Nomor 1, Agustus 2022

Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Kecamatan Prigen

Alfiah [1]
Program Studi Manajemen, STIE Kertanegara Malang
alfiah.said@gmail.com

Nur Rismatul Muflikha [2]
Program Studi Manajemen, STIE Kertanegara Malang
nurismamuflikha03.12@gmail.com

Abstract
This study aims to determine the effect of halal labels and prices on purchasing decisions for Samyang Noodle products on users of Samyang Noodle products in Prigen District partially and simultaneously. The population in this study were consumers of Samyang Noodle products in Prigen District. The sampling technique used was non-probability sampling technique because the number of the population is unknown, with purposive sampling as a sampling technique based on certain criteria. The sample in this study were 60 respondents. The method used in this research is a quantitative research approach. This study uses multiple linear regression analysis with data collection using a questionnaire with a Likert scale. The results showed that partially halal label and price had a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, the halal label variable and the price have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions for Samyang Noodle products in Prigen District.

Keywords : *Halal Label, Price and Purchase Decision*

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang pada pengguna produk Mie Samyang di Kecamatan Prigen secara parsial dan simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Mie Samyang di Kecamatan Prigen. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *non-probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampel yang berdasarkan kriteria tertentu. Sampel pada penelitian ini sebanyak 60 responden. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan pengumpulan data menggunaka kuesioner dengan skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial label halal dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan variabel label halal dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk Mie Samyang di Kecamatan Prigen.

Kata Kunci : Label Halal, Harga, dan Keputusan Pembelian

E-ISSN (Online) : 2621 – 3230
Volume 5, Nomor 1, Agustus 2022

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan penduduk terbanyak, menurut Worldometers (2019) Indonesia menjadi tingkat penduduk terpadat nomor empat di dunia, dengan banyaknya jumlah penduduk menghasilkan berbagai macam agama. Penganut agama terbesar di Indonesia adalah islam. Masyarakat muslim memiliki standart yang berbeda dalam menjalankan aktifitas terutama dalam mengkonsumsi produk makanan sesuai dengan bersyariat islam, untuk itulah label halal harus di utamakan dalam sebuah produk makanan Fahmi (2017). Menurut leonardus selwyn (2018) makanan pokok kedua setelah nasi di Indonesia adalah mie instan. Mie Instan sering digunakan oleh masyarakat Indonesia karena praktis dan mudah untuk dibuat, disamping itu hal tersebut sudah menjadi kebiasaan agar dapat hidup berhemat dengan mengkonsumsi mie instan karena harganya yang terjangkau dan bisa dikonsumsi oleh semua kalangan.

Tingginya angka konsumsi mie instan pada tabel tesebut menepatkan Indonesia pada posisi keduda setelah Negara China-Hongkong, yang konsumsinya mencapai 46,350 miliar bungkus. Kenaikan naiknya nilai pasar mie instan diperkirakan mencapai triliun rupiah, salah satu yang paling terkenal adalah Mie Samyang yakni produk asli Korea yang di impor dari Indonesia. Mie Samyang adalah sebutan dari warga Indonesia karena nama perusahaannya yaitu Samyang Foods, tapi di Korea lebih dikenal dengan sebutan Buldak Bokkeummyeon seperti pada tulisan korea yang terdapat bungkus mie di depannya. Produsen Mie Samyang memiliki beberapa varian produk, yaitu : Green Samyang, 2x Hot Chicken, Carbonara, Mala. Produk tesebut sudah berlabel halal, karena pengajuannya sertifikasi halal cukup lama maka beredar bahwa produk tersebut mengandung minyak babi sehingga mie Samyang mengalami penurunan pernjualan pada tahun 2017 namun sebenarnya mie Samyang telah mendapatkan sertifikasi halal dari Federasi Muslim Korea (KMF) sejak Maret 2014 dengan nomor registrasi halal 00090084950. Mie Instan merek Samyang sangat terkenal karena porsinya yang banyak dan juga pedas sesuai lidah orang Indonesia, dan sering dijadikan ajang konten di channel Youtube dengan menggelar mukbang atau istilah makan banyak dengan porsi besar. Selain itu budaya Korean Pop (K-Pop) telah membuat pegaruh yang sangat besar terhadap konsumen Indonesia, melalui produk film, drama, musik dan hal lain yang berbau dengan budaya Korea. Hal inilah yang menjadikan adanya dorongan agar menggunakan produk dari Korea.

Produk makanan di Indonesia sangat bervariasi dikalangan ekonomi menengah kebawah. Terutama bagi dikalangan umat muslim. Salah satu persoalan yang dihadapi adalah membanjirnya produk makanan dan minuman olahan, obat obatan, serta kosmetik. Oleh karena itu label halal harus dicantumkan kedalam suatu produk demi meyakinkan umat muslim sesuai dengan syariat islam. Bila ada perusahaan yang terkait dengan produk halal harus dikonsultasikan dengan LP-POM MUI oleh auditor Halal Internal, namun prosesnya tidak jauh berbeda karena tetap diajukan ke BPJPH Kemenag, dilanjut pengujian dan tinjau lapangan oleh LPPOM, kemudian dimintakan fatwa ke MUI, dan dikembalikan lagi ke BPJPH untuk mengeluarkan sertifikasi halalnya. Menurut Ketua MUI Pusat Bidang Fatwa, Dr HM Asrorun Ni'am Sholeh, SAg, MA mengutip dari pasal UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal yang dikutip dalam berita AntaraNews.com menyatakan bahwa masyarakat tidak perlu merasa cemas dalam mengajukan sertifikasi halal. Halal diperuntukkan dikonsumsi oleh manusia menurut syariat islam dengan sesuatu yang baik dan bersih.

Perusahaan memberikan keyakinan dengan mencamtumkan label halal kepada masyrakat muslim.

Konsep kehalalan sudah diterapkan di Indonesia, dan bagi warga non-muslim hal itu sudah menjadi lumrah karena mengikuti masyaralat mayoritas, terdapat juga bahan baku non-halal karena untuk menghormati masyarakat non-muslim, sehingga saling menghormati antar perbedaan agama.

Harga juga merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk yang akan ditukarkan karena manfaat yang di konsumsi. Menurut Akrim Ashal Lubis (2018) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting mengingat tingkat harga diterapkan oleh perusahaan menjadi tolak ukru permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah dapat mengakitbatkan penjualan suatu produk tidak dapat maksimal mengakibatkan jumlah penjualan menurun oleh sebab itu penetapan harga harus ditentukan dengan pangsa psasar yang dituju agar semakin meningkat.

Kehalalan dan harga produk sangat berdampak bagi keputusan pembelian, penelitian ini dilakukan dan disertai bukti mengenai bagaimana pengaruh dari dua variabel tersebut. Untuk itu dilakukan penelitian ilmiah dengna menjadikan masyarakat Kecamatan Prigen menjadi populasi. Dari Latar belakang tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Kecamatan Prigen**".

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang penelitiannya merupakan dalam bentuk angka-angka. Dalam penelitian ini peneliti banyak menggunakan angka yang dimulai dengan pengumpulan data, penafsiran data, serta penampilan hasil akhir. Penelitian ini ditunjukkan pada konsumen Mie Samyang di daerah Kecamatan Prigen dan dilakukan pada bulan Maret-April 2022.

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (Label Halal dan Harga) dan variabel terikat (Keputusan Pembelian), variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat (Sugiyono 2017:39). Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel bebas (Sugiyono 2017:39). Variabel-variabel penelitian untuk menentukan jenis dan indikator dan untuk mengukur skala dari masing-masing variabel agar dapat menguji hipotesis sesuai judul penelitian.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Label Halal (X1)	Label Halal dalam hal ini merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk Mie Samyang berstatus sebagai produk halal.	1. Gambar 2. Tulisan 3. Kombinasi 4. Menempel (Utami, 2013)	Likert
Harga (X2)	Harga merupakan penentuan dari	1. Keterjangkauan	Likert

	penukaran barang atau jasa dari minatnya para konsumen dalam melakukan pembelian terhadap Mie Samyang.	2. Kesesuaian Harga 3. Daya Saing Harga 4. Kesesuaian harga dengan kualitas (Djaslim Saladin, 2015)	
Keputusan Pembelian (Y)	Proses pengambilan keputusan sebelum membeli produk atau jasa dengan melakukan evaluasi dalam pemilihan produk.	1. Kemantapan Produk 2. Kebiasaan 3. Rekomendasi 4. Pembelian Ulang (Kotler & Keller, 2012)	Likert

Sumber : Data Sekunder, 2022 "telah diolah kembali"

Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen Mie Samyang di Kecamatan Prigen. Sampel yang diambil menggunakan teori Malhotra (2006:291) disebutkan bahwa lima kali dari jumlah item pernyataan. Sehingga penelitian diperoleh sebanyak 60 sampel dari 5 x 12 (jumlah item pertanyaan). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria konsumen Mie Samyang di Kecamatan Prigen.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner untuk diberikan pertanyaan kepada responden, serta memberikan jawaban sesuai yang dialami oleh responden. Disamping itu juga kuesioner ini menggunakan skala likert yakni lima alternative jawaban 1 sampai 5 skor.

III. HASIL PENELITIAN

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013:48) uji validitas dikatakan valid apabila kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang akan di ukur di kuesioner tersebut.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Label Halal (X1)	X1.1	0,845	0,254	Valid
	X1.2	0,826	0,254	Valid
	X1.3	0,815	0,254	Valid
	X1.4	0,720	0,254	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,819	0,254	Valid
	X2.2	0,834	0,254	Valid

	X2.3	0,826	0,254	Valid
	X2.4	0,689	0,254	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,855	0,254	Valid
	Y2	0,789	0,254	Valid
	Y3	0,899	0,254	Valid
	Y4	0,670	0,254	Valid

Sumber : Data Primer, Output SPSS 25, 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua hasil dari r hitung > r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel label halal (X1), harga (X2) dan keputusan pembelian (Y) dengan total 12 pertanyaan dalam kuesioner dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2013) Reliabilitas menunjukkan bahwa instrument ini digunakan sebagai alat pengumpulan data yang baik apabila jawaban dari kuesioner tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat reliabilitas maka semakin stabil alat ukur tersebut. Pengujian ini menggunakan Cronbach's Alpha.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha (α)	N of Items	Keterangan
Label Halal (X1)	0,813	4	Reliabel
Harga (X2)	0,801	4	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,811	4	Reliabel

Sumber : Data Primer, Output SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha pada variabel label halal (X1) menghasilkan angka 0,813, harga (X2) menghasilkan angka 0,801 dan keputusan pembelian (Y) menghasilkan angka 0,811 yang semuanya memiliki nilai lebih besar dari pada 0,60. Dapat disumpulkan bahwa variabel pada penelitian ini dinyatakan reliabel. Sehingga pengolahan data dapat dilanjutkan pada langkah selanjutnya.

3. Uji Asumsi Klasik

Evaluasi Pengujian Model menggunakan aplikasi IBM SPSS 25 yaitu dengan melakukan uji asumsi klasik sebagai syarat terpenuhinya analisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedatisitas.

a. Uji Normalitas

Uji tersebut digunakan untuk mengetahui variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dapat dilihat pada tabel dan gambar dibawah ini :

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.85097358
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.062
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

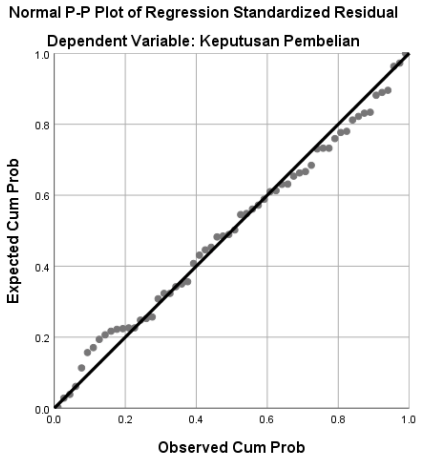
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Primer, Output SPSS 25, 2022

Pengujian dikatakan normal apabila nilai signifikasinya > 0,05 begitu juga sebaliknya. Berdasarkan dari tabel 4.10 diatas diperoleh bahwa nilai signifikansinya pada uji kolmogrof adalah 0,200 > 0,05 maka dapat dinyatakan data ini berdistribusi normal dan diperkuat dengan sebaran P plot yang mengikuti garis. Penjelasanya sebagai berikut :

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data Primer, Output SPSS 25, 2022

Bersasarkan gambar diatas bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal meskipun pada awal persebaran titik berada tidak jauh dari garis namun kembali lagi ke garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi linier berganda sudah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2016) Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika variabel tidak berkorelasi maka variabel-variabel tidak bisa diuji menggunakan model regresi. Menurut Sarjono dan Julianita (2011) tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai tolerance > 10 dan nilai VIF (*Variance Inflantion Factor)* < 10.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.126	1.198		.105	.916		
	Label Halal	.735	.098	.657	7.471	.000	.638	1.566
	Harga	.311	.101	.271	3.081	.003	.638	1.566

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

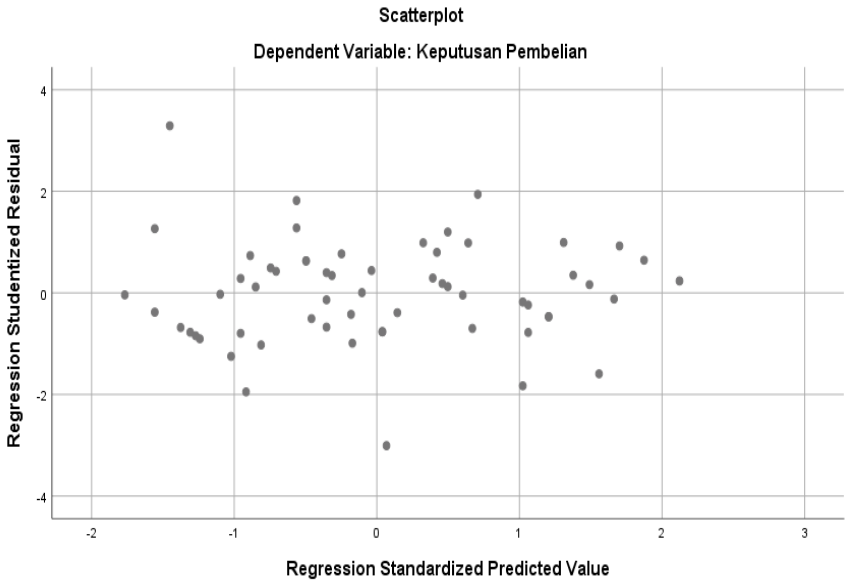
Sumber : Data Primer, Output SPSS 25, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.11 dari hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa pada kolom nilai tolerance adalah 0,638 sehingga lebih besar dari 0,10 dan nilai pada kolom VIF (*Variance Inflantion Factor)* adalah 1.566 lebih kecil dari 10. Jadi berdasrkan nilai VIF dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinearitas, sehingga pengujian selanjutnya dapat dilakukan karena telah memenuhi syarat pengujian asumsi klasik.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) , uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji adanya ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak heteroskedastisitas.

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer, Output SPSS 25, 2022

Berdasarkan gambar *scatterplot* diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu baik diatas maupun dibawa angka nol padasumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa regresi yang dihasilkan tidak terjadi heterosked astisitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan berapa besar pengaruh variabel bebas dari label halal (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Rumus yang digunakan adalah $Y = \alpha + \beta 1X_1 + \beta 2X_2 + e$.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	.126	1.198		.105	.916
	Label Halal	.735	.098	.657	7.471	.000
	Harga	.311	.101	.271	3.081	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer, Output SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.12 diatas bahwa hasil analisis regresi linier berganda memperoleh model regresi $Y = 0{,}126 + 0{,}735X_1 + 0{,}311X_2$. Y adalah keputusan pembelian, X1 adalah

label halal dan X2 adalah harga. Dari persamaan diatas dapat diberikan keputusan sebagai berikut :

1. Konstanta (α)
   Nilai Konstanta sebesar 0,126 menunjukkan besarnya pengaruh semua variabel bebas (label halal, harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Apabila variabel bebas konstan atau tidak berubah, maka nilai keputusan pembelian sebesar 0,126. Artinya jika X_1, X_2, X_3 = 0, maka Y_1 = 0,126.
2. (β1) Nilai Koefisien Regresi X1 (Label Halal)
   Nilai koefisien regresi Label Halal sebesar 0,735 menunjukkan bahwa variabel label halal mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan sebesar 1 satuan variabel label halal akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,735. Artinya semakin besar nilai pengaruh label halal maka semakin besar peningkatan keputusan pembelian mie Samyang di Kecamatan Prigen.
3. (β2) Nilai Koefisien Regresi X2 (Harga)
   Nilai koefisien regresi harga sebesar 0,311 menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan sebesar 1 satuan variabel harga akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,311. Artinya semakin besar nilai pengaruh harga maka semakin besar peningkatan keputusan pembelian Mie Samyang di Kecamatan Prigen.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t atau Uji Parsial

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (variabel independen) secara parsial terhadap variabel terikat (dependen).

Tabel 7. Hasil Uji t atau Uji Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	.126	1.198		.105	.916
	Label Halal	.735	.098	.657	7.471	.000
	Harga	.311	.101	.271	3.081	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer, Output SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel 7. Dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Variabel label halal memiliki nilai t_{hitung} sebesar 7,471 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Yang berarti t_{hitung} (7,471) > t_{tabel} (2,002) dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 < 0,05. Jadi H0 ditolak dan H1 diterima artinya bahwa variabel label halal secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Mie Samyang di Kecamatan Prigen.

- Variabel Harga memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,081 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003. Yang berarti t_{hitung} (3,081) > t_{tabel} (2,002) dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,003 < 0,05. Jadi H0 ditolak dan H1 diterima artinya bahwa variabel harga secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Mie Samyang di Kecamatan Prigen.

b. Uji f atau Uji Simultan

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat.

Tabel 8. Hasil Uji f atau Uji Simultan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	516.460	2	258.230	72.816	.000[b]
	Residual	202.140	57	3.546		
	Total	718.600	59			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Label Halal

Sumber : Data Primer, Output SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 72,816. Nilai ini lebih besar dari pada F_{Tabel} 3,16, demikian juga dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari nilai signifikansi yang digunakan yaitu α = 5% atau 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima. Artinya bahwa variabel Label Halal (X1), dan Harga (X2) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Mie Samyang di Kecamatan Prigen.

c. Uji Dominan

Uji dominan berfungsi untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan diantara variabel bebas yang terdiri dari label halal dan harga terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

Tabel 9. Hasil Uji Dominan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.126	1.198		.105	.916
	Label Halal (X1)	.735	.098	.657	7.471	.000

Harga (X2)	.311	.101	.271	3.081	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer, Output SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel diatas bahwa variabel Label Halal (X1) memiliki koefisien beta sebesar 0,657 atau 65,7% dan variabel Harga (X2) memiliki koefisien beta sebesar 0,271 atau 27,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Label Halal memiliki koefisien beta terbesar dibandingan dengan variabel Harga yang artinya bahwa variabel paling dominan terhadap Keputusan Pembelian adalah variabel Label Halal, maka H4 diterima berarti ada pengaruh antara label halal dan harga secara bersama-sama (simultan) dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

6. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848[a]	.719	.709	1.88317

a. Predictors: (Constant), Harga, Label Halal

b. Dependent Variable : Keputusan

Sumber : Data Primer, Output SPSS 25, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas diperoleh bahwa Nilai R Square sebesar 0,719 yang artinya presentasi sumbangan pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 71,9%, sedangkan sisanya sebesar 28,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

IV. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan dan olah data dari aplikasi SPSS 25 menunjukkan bahwa Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Mie Samyang di Kecamatan Prigen. Karakterisitik Label Halal menurut Utami (2013) adalah Gambar, Tulisan, Kombinasi dan Menempel.

Label Halal terhadap keputusan pembelian Mie Samyang adalah berupa : memperhatikan gambar label halal sebelum melakukan pembelian produk Mie Samyang, terdapat letak label halal yang dikeluarkan oleh MUI, Label Halal menjadi pertimbangan dalam mengetahui mutu produk, adanya label halal dapat mengidentifikasi produk.

Hasil penelitian mendukung terori dari Aminduin (2018), mengatakan bahwa label halal pada kemasan produk bertujuan untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa produk tersebut halal dan bebas dari unsur yang dilarang oleh persyaratan umat islam.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Hikmawati (2019) dengan judul "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Cake dan Bakery Chocolicious di Kota Makassar" yang membuktikan bahwa variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko cake dan bakery chocolicious di Kota Makassar.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan dan olah data dari aplikasi SPSS 25 menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Mie Samyang di Kecamatan Prigen. Karakterisitik Harga menurut Djaslim Saladin (2015) adalah keterjangkauan, kesesuaian harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas.

Harga terhadap keputusan pembelian Mie Samyang adalah berupa : Harga Mie Samyang dapat dijangkau oleh konsumen karena dapat dibeli di toko swalayan, Harga Mie Samyang sesuai dengan kualitasnya dan berbeda dari yang lain, Harga Mie Samyang sesuai dengan manfaat dari produknya, Harga Mie Samyang setiap rasa bervariasi.

Hasil penelitian mendukung teori dari Efendi M. Guntur (2010:281) mengatakan bahwa harga adalah sebuah uang yang digunakan untuk menukarkan produk dan jasa yang diinginkan oleh konsumen sehingga memiliki manfaat dalam penggunaan nya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Dwi Edi Wibowo (2018) dengan judul "Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan" yang membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen muslim terhadap produk makanan di Kota Pekalongan.

3. Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan dan olah data dari aplikasi SPSS 25 dengan menggunakan uji F membuktikan bahwa pada hipotesis ketiga yaitu "Label Halal dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian konsumen produk Mie Samyang". Artinya jika variabel label halal, dan harga dapat ditingkatkan secara bersama-sama maka hasil kinerja keputusan pembelian akan lebih maksimal, hal ini menunjukkan bahwa Hipotesis 3 (H3) diterima.

4. Pengaruh Label Halal Berpengaruh Paling Dominan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan dan olah data dari aplikasi SPSS 25 dengan menggunakan analisis koefisien determinasi menunjukkan bahawa variabel label halal yang paling dominan dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena memiliki koefisien beta terbesar dari pada variabel harga. Sehingga dapat ditunjukkan bahwa Hipotesis 4 (H4) diterima. Mie Samyang harus memperhatikan label halal karena variabel tersebut menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan penjualan.

V. SIMPULAN & SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil uji T variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk mie Samyang.
2. Hari hasil uji T variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk mie Samyang.
3. Hari hasi uji F membuktikan bahwa variabel label halal dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk mie Samyang.
4. Hasil analisis penelitian membuktikan bahwa variabel label halal berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen produk mie Samyang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan rekomendasi/saran yang dapat diberikan adalah :

1. Perusahaan Samyang Food harus tetap mengutamakan sertifikat label halal pada setiap produk yang diciptakan agar dapat dikonsumsi oleh semua masyarakat terutama umat muslim, perusahaan juga harus menyediakan bahan halal agar harga yang dipatok sesuai dengan kualitas yang dimiliki oleh produk Mie Samyang.
2. Agar dapat menyajikan penelitian lanjutan dimasa depan peneliti selanjutnya memerlukan penambahan variabel lain selain label halal dan harga yang mempengaruhi variabel keputusan pembelian agar lebih melengkapi penelitian karena masih ada variabel lain yang masih bisa mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas produk, promosi dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Aminuddin. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan)". Riset Akuntansi Multiparadigma. Vol. 5, No. 2, September 2018. *Jurnal.* Medan : Universitas Islam Sumatera Utara.

Andriani, Lilik. (2017). Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Daerah Lampung. *Skripsi* . Lampung : Universitas Lampung.

Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, *4*(12).

Fahmi, S. (2017, July). Halal labeling effect on Muslim consumers attitude and behavior. In 2017 International Conference on Organizational Innovation (ICOI 2017). Atlantis Press.

Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 23 Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Guntur, Dr. Effendi M. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran dan Membangun Citra Negara*. Sagung Seto, Jakarta.

Hikmawati (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Cake dan Bakery Chocolicious di Kota Makassar. *Skripsi.* Universitas Islam Negeri Alauddin Makasssar.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Manajemen 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Lubis, Akrim Ashal. (2018) Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 16.2.

Lubis, Faradillah (2017). Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Indomie pada Masyarakat Kota Palembang. *Skripsi.* UIN Raden Fatah Palembang.

Lubis, Syarifah Hanum Amardiah (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Roti Ganda di Pematangsiantar. *Skripsi.* Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Maghfur, Salim. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene Di Kota Wates. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.

Malhotra, Naresh K. (2006). *Marketing Research An Applied Orientation*. Prestice Hall, United Stade Of America.

Saladin, Djaslim (2015), *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, cetakan keempat, Linda Karya, Bandung.

Sarjono, H., & Juanita, W. (2011). *SPSS VS LISRAEL: Sebuah pengantar, Aplikasi untuk riset*. Jakarta: Salemba Empat.

Setiadi, N. J., & SE, M. (2015). *Perilaku Konsumen:* edisi revisi. Kencana.

Sugiyono, P. D. (2017:39). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sunyoto, Danang. (2012: 130). *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. CAPS.

Sunyoto, Danang. (2013: 182). *Dasar – Ekonomi Manajerial*. Yogyakarta. CAPS.

UU Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal.

Utami, W. B. (2013). Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Membeli (Survei pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim Annisa Yogyakarta). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Wibowo, Dwi Edi (2018). Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Skripsi.* Universitas Pekalongan.

Zella Rafita, Helsy (2016). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Raden Intan Lampung. *Skripsi.* UIN Raden Intan Lampung.

Website :

Jurnal (LPPOM-MUI, 2005)

Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) (2021, Januari 13)
https://www.antaranews.com/berita/2007009/bpjph-sambut-baik-terbitnya-pp-jaminan-produk-halal

Samyangfoods.com

World Instant Noodles Association, 2020. https://instantnoodles.org/en/