

ABSTRAK

Penelitian ini di latarbelakangi dengan berbagai permasalahan mengenai pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa terhadap keputusan Pembelian pada produk makanan mie instan, serta dilihat dari produk mie instan yang menjadi produk andalan bagi masyarakat Indonesia, adapun tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana karakteristik konsumen serta seberapa besar pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa terhadap keputusan pembelian pada produk mie instan baik secara parsial maupun secara simultan, sampel yang diambil dari penelitian ini berjumlah 100 orang dari 591.134 populasi data yang digunakan adalah data primer. prosedur pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner, sedangkan model analisis yang digunakan adalah model linier berganda. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik umur responden didominasi oleh konsumen yang berumur 21-25 tahun yaitu 26%, pendidikan terakhir didominasi oleh konsumen yang berpendidikan SMA/ sederajat yaitu sebanyak 46%, jenis kelamin didominasi oleh konsumen yang berjenis kelamin Laki-laki yaitu sebanyak 62%, jenis pekerjaan responden lebih banyak didominasi oleh Karyawan swasta yaitu sebanyak 38%, dan penghasilan responden lebih banyak didominasi oleh konsumen yang berpenghasilan Rp.2.100.000., - Rp.2.500.000., yaitu sebanyak 28%. Produk mie instan yang banyak dibeli adalah mie instan, Hasil uji t variabel Label halal secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dan tanggal kadaluarsa secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dan hasil uji F, variabel Label Halal dan tanggal kadaluarsa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Label Halal, Tanggal Kadaluarsa, Keputusan Pembelian, Konsumen, Mie instan.

ABSTRACT

This research is motivated by various problems regarding the influence of the Halal Label and Expiration Date on Purchasing decisions on instant noodle food products, as well as being seen from the instant noodle products which are a mainstay product for the Indonesian people, as for the research objective to find out how consumer characteristics and how much influence the label has. Halal and expiration date on purchasing decisions on instant noodle products either partially or simultaneously, the samples taken from this study were 100 people from 591,134 populations. The data used were primary data. The data collection procedure was carried out by distributing questionnaires, while the analysis model used was multiple linear models. The results of this study indicate that the characteristics of the respondents' age are dominated by consumers aged 21-25 years, namely 26%, the latest education is dominated by consumers with high school education / equivalent, namely as much as 46%, the sex is dominated by male condumen, namely as many as 62 %, the type of work of respondents is more dominated by private employees, namely as much as 38%, and the income of respondents is more dominated by consumers who earn Rp. 2,100,000. - Rp. 2,500,000, which is 28%. The t test results of the halal label variable partially have a significant positive effect on purchasing decisions, and the expiration date partially has a significant positive effect on purchasing decisions, and the results of the F test, the Halal label variable and expiration date simultaneously affect purchasing decisions.

Keywords: Halal Label, Expiration Date, Purchase Decision, Consumers, Instant noodles.