

**PENGARUH LABELISASI HALAL, *COUNTRY OF ORIGIN* DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK NEGARA ASING  
(Studi Kasus Mie Samyang Korea Selatan)**

**SKRIPSI**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Desi Rizka Aryani  
Nim : 43116010385

**Program Studi S1 Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**

**PENGARUH LABELISASI HALAL, *COUNTRY OF ORIGIN* DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK NEGARA ASING  
(Studi Kasus Mie Samyang Korea Selatan)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Desi Rizka Aryani**

**Nim : 43116010385**

**Program Studi S1 Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2020**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI!

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Desi Rizka Aryani

NIM : 43116010385

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 11 November 2020



Desi Rizka Aryani  
**NIM : 43116010385**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Desi Rizka Aryani  
NIM : 43116010385  
Program Studi : SI Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Labelisasi Halal, Country Of Origin dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Negara Asing (Studi Kasus Mie Samyang Korea Selatan)  
Tanggal Lulus Ujian : 11 November 2020

Disahkan oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si

Tanggal : 26 November 2020



Febrina Mahliza, S.E., M.Si.

Tanggal : 20/11/2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi SI Manajemen



Dr. Harnoviansyah, S.E., Ak., M.Si., CA.

Tanggal : 17 Desember 2020



Dr. Daru Asih, M.Si.

Tanggal: 17 Desember 2020

## ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal, *country of origin* dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk negara asing. Responden penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk mie Samyang. Penelitian ini dilakukan terhadap 180 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa labelisasi halal, *country of origin* dan persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Labelisasi Halal, *Country Of Origin*, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian



## ***ABSTRACT***

*The research aims to identify the influence of halal labeling, country of origin and price perception of consumer purchasing decision product foreign country. The respondents of this research are the consumers who are purchasing decision noodle products Samyang. This research was conducted with 180 respondents by using quantitative approach. SEM-PLS have employed in data analysis. The results of this study indicate that halal labeling, country of origin and price have a positive and significant effects of purchasing decision.*

*Keyword: Halal Labeling, Country Of Origin, Price, Purchasing Decision*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal, *Country Of Origin* dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Negara Asing (Studi Kasus Mie Samyang Korea Selatan)”. Proposal ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat bagi penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

- 1) Prof. Dr. Ngadino Surip, M.S sebagai Rektor Universitas Mercu Buana.
- 2) Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
- 3) Dr. Daru Asih M.Si sebagai Kepala Program Studi Manajemen S1
- 4) Dudi Permana, Ph.D sebagai dosen metodologi penelitian yang telah sabar membimbing, mengarahkan dan memberikan semangat serta saran-saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga proposal penelitian dapat tersusun.
- 5) Ade Permata Surya, S. Gz, MM, sebagai dosen tugas akhir yang telah sabar membimbing, mengarahkan dan memberikan semangat serta saran-saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga proposal penelitian dapat tersusun.



- 6) Tine Yuliantini, S.Par., MM sebagai Sekprodi I S1 Manajemen dan Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si sebagai Sekprodi II Manajemen S1.
- 7) Keluarga tercinta yaitu kedua orang tua Ayah Muhammad Ahyani dan Mamah Kartini, Abang Mochammad Rizky Juliansyah yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral maupun material tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 8) Pungky Kamila yang selalu memberikan semangat, saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
- 9) Sahabat Siti Nur Fadilah, Nur Afifah Wahyu Martanti, Adellia Yulinda, Ahmad Reza Alfian, Safitriyani, Septian Rahmadi, Siti Nur Aisyah, Ristiani, Ghifara Diva Amalta, M. Fahri Al Farishi, M. Arfin Umar Hakim, Feby Monitarani, Cindy Yunia Utami, Iin Alvina, Wina Safira, Yasmin, Marissa Indah Sari dan Ayu Dewanti yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat dalam penyusunan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang dapat membangun pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 28 Februari 2020

Desi Rizka Aryani  
**NIM : 43116010385**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Kontribusi Penelitian .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	15
1. Perilaku Konsumen.....	15
a. Pengertian Perilaku Konsumen .....	15
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	16
2. Keputusan Pembelian.....	21
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	21
b. Tahap Keputusan Pembelian .....	22
c. Struktur Keputusan Pembelian .....	24
d. Indikator Keputusan Pembelian .....	25
3. Manajemen Pemasaran .....	26
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	26
b. Bauran Pemasaran .....	27

4. Labelisasi Halal.....	29
a. Pengertian Labelisasi Halal .....	29
b. Manfaat Labelisasi Halal.....	32
c. Indikator Labelisasi Halal.....	33
5. <i>Country Of Origin</i> .....	34
a. Pengertian <i>Country Of Origin</i> .....	34
b. Karakteristik <i>Country Of Origin</i> .....	35
c. Dampak <i>Country Of Origin</i> .....	36
d. Dimensi dan Indikator <i>Country Of Origin</i> .....	36
6. Persepsi Harga .....	38
a. Pengertian Persepsi Harga .....	38
b. Indikator Persepsi Harga .....	39
7. Penelitian Terdahulu .....	40
B. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis .....	44
a. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian .....	44
b. Pengaruh <i>Country Of Origin</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	45
c. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	46
C. Kerangka Pemikiran .....	47

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	48
B. Desain Penelitian .....	48
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	49
1. Definisi Variabel.....	49
2. Operasional Variabel .....	50
D. Pengukuran Variabel .....	52
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
1. Populasi Penelitian.....	52

2. Sample penelitian.....	53
F. Jenis Data Penelitian.....	53
G. Teknik Pengumpulan Data .....	54
H. Metode Analisis Data .....	55
1. IBM SPSS <i>Statistic 23</i> .....	55
2. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	55
a. Pengertian <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	55
b. Menguji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	56
c. Menguji Model Strukturan ( <i>Inner Model</i> ).....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Analisis Deskriptif .....	59
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	59
2. Deskripsi Responden .....	61
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	64
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumsi Perbulan.....	65
f. Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Mie Korea yang Sering dikonsumsi .....	66
g. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Mie Samyang Perbulan.....	66
h. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Mengetahui Mie Samyang .....	67
3. Deskripsi Variabel .....	68
a. Labelisasi Halal .....	68

b. <i>Country Of Origin</i> .....	69
c. Persepsi Harga .....	71
d. Keputusan Pembelian .....	71
B. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	72
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	72
a. <i>Convergent Validity</i> .....	73
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	76
c. <i>Avarage Extracted Variance (AVE)</i> .....	77
d. Uji Reliabilitas ( <i>Composite Realibility</i> ) .....	78
2. Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	79
a. Nilai R Square Adjusted .....	79
b. <i>Goodness of Fit Model</i> .....	80
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur) .....	81
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	83
1. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian .....	83
2. Pengaruh <i>Country Of Origin</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	85
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	87
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	89
B. Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>100</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Permintaan Produk Mie Instan di Dunia.....	1
Tabel 1.2 Data Penurunan Penjualan Mie Samyang.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	51
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumsi/bln.....	65
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Mie Korea Sering Dikonsumsi 66	
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Mie Samyang/bln....	66
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Mengetahui Mie Samyang .....	67
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Religious Belief</i> .....	68
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Labelisasi Halal .....	68
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif <i>Country Of Origin</i> .....	69
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Persepsi Harga .....	71
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian .....	71
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	74
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Modifikasi <i>Convergent Validity</i> .....	75

Tabel 4.16 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> .....	76
Tabel 4.17 Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	77
Tabel 4.18 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> .....	79
Tabel 4.19 Nilai Variabel Endogen.....	79
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis .....	81



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Mie Instan di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Negara Penduduk Islam Terbesar Dunia.....	7
Gambar 1.3 Hasil Pra-Survey Keputusan Pembelian Mie Samyang .....	9
Gambar 2.1 Faktor-Faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	16
Gambar 2.2 Model Pemasaran .....	26
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 4.1 Hasil PLS Algorithm.....	73
Gambar 4.2 Hasil PLS Algorithm Modifikasi .....	75
Gambar 4.3 Hasil Boostrapping.....	82





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Prasurey Penelitian .....	100
Lampiran 2 : Kuesioner.....	101
Lampiran 3: Identitas Responden.....	104
Lampiran 4 : Jawaban Kuesioner .....	110
Lampiran 5: Logo Samyang .....	122
Lampiran 6: Hasil Karakteristik Responden .....	123
Lampiran 7 : Hasil Analisis Deskriptif .....	125
Lampiran 8: Hasil Pengujian <i>Measurement</i> (Outer Loading).....	127
Lampiran 9 : Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i> .....	130

