

**PENGARUH LABEL HALAL DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

(Studi Pada Konsumen Produk Minyak Goreng Bimoli di Toserba Gunasalma
Kawali)

ARTIKEL

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Strata Satu



Oleh,

ROSMAWATI
3402180311

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

**PENGARUH LABEL HALAL DAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Suatu Studi Pada Konsumen Produk Minyak Goreng Bimoli di Toserba Gunasalma

Kawali)

Rosmawati

Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh Ciamis

E – mail: rosmawati2458@gmail.com

ABSTRAK

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1]. Bagaimana pengaruh Label Halal dan Merek terhadap Keputusan Pembelian produk Minyak Goreng merek Bimoli di Toserba Gunasalma Kawali baik secara parsial maupun simultan?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Label Halal dan Merek terhadap Keputusan Pembelian produk Minyak Goreng merek Bimoli di Toserba Gunasalma Kawali. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey yang bersifat deskriptif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dimana hasil penelitian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan. Sedangkan analisis data yang digunakan yaitu analisis koefisien koelasi sederhana, analisis koefisien korelasi berganda, analisis determinasi, uji T, dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial menunjukkan bahwa. 1). Label Halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. 2). Merek secara parsial juga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. 3). Secara Simultan baik Label Halal dan Merek bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Label Halal, Merek, Keputusan Pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeth.
- Andriansyah, Y., Arifin, R., & S., A. R. (2017). *Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek*.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran* (Revisi ed.). Yogyakarta: Ombak.
- Departemen Agama, R. (2003). *Panduan Sertifikasi Halal*. Jakarta.
- Indriyana. (2019). *Pengaruh Label Halal terhadap Brand Attitude. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh*.
- Izzudin, A. (2018). *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Makanan Kuliner*.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1* (Ketiga belas ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (1 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Puspita, D., Ilmi, Z., & A.S, D. L. (2019). *Pengaruh Label Halal dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Wardah oleh Mahaswi program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman*.
- omdonny, J., & Rosmadi, M. L. (2018). *Pengaruh Merek, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Bola Sepak*.
- Sinta, D. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan pada Mahasiswa Jurusan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo*.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Yogyakarta: Andi.