

**PENGARUH LABEL HALAL, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK MIE SAMYANG  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2016-2018 Fakultas Agama Islam Universitas  
Muhammadiyah Yogyakarta)**

**Desi Avilia Sari  
(20130730038)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk mie samyang (studi kasus pada mahasiswa angkatan 2016-2018 Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dan pengujian menggunakan Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis Partial Least Square (PLS) dengan SmartPLS v.3.2.7 2018. Untuk pengujian parsial digunakan uji thitung. Sedangkan untuk menguji secara simultan digunakan uji Fhitung. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel independen label halal dan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan pembelian. secara simultan bersama – sama bahwa variabel indepen label halal, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemudian dari ketiga variabel yang mempunyai pengaruh paling signifikan adalah variabel label halal.

**Kata Kunci:** Label Halal, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, Mie Samyang

**THE EFFECT OF HALAL LABELS, PRICES AND PROMOTIONS ON CONSUMER  
PURCHASING DECISIONS ON MIE SAMYANG PRODUCTS**  
**(Case Study on 2016-2018 Students of the Faculty of Islamic Studies, Muhammadiyah  
University, Yogyakarta)**

**Desi Avilia Sari**  
**(20130730038)**

**ABSTRACT**

This study aims to analyze the influence of halal labels, prices and promotions on consumer purchasing decisions on samyang noodle products (case study on students 2016-2018 Force of the Islamic Faculty of Muhammadiyah University, Yogyakarta). This type of research is quantitative research using primary data and testing using analytical techniques used is the method of Partial Least Square (PLS) analysis with SmartPLS v.3.2.7 2018. For partial testing the tcount test is used. Whereas for simultaneous testing used Fcount test. The results of the research partially showed that the independent variables of halal and price labels had a significant influence on purchasing decisions while promotion did not affect the dependent variable of purchasing decisions. Simultaneously - together that the independent variable halal label, price and promotion affect the purchase decision. Then of the three variables that have the most significant influence is the halal label variable.

**Keywords:** Halal Label, Price, Promotion, Purchase Decision, Samyang Noodles