

**PENGARUH LABEL HALAL, *WORD OF MOUTH*, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM AICE DI  
*OUTLET* AICE DS.SUKOSARI KEC.BABADAN  
KAB.PONOROGO**



**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2020**

**PENGARUH LABEL HALAL, *WORD OF MOUTH*, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM AICE DI  
*OUTLET* AICE DS.SUKOSARI KEC.BABADAN  
KAB.PONOROGO**



**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS**

**MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Label Halal, *Word Of Mouth*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Aice di Outlet Aice Ds.Sukosari Kec.Babadan Kab.Ponorogo

Nama : Diana Mutiara

NIM : 16413986

Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 15 November 1996

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Stratra Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 11 Agustus 2020

Pembimbing I



**Dra. Umi Farida, M**  
NIDN. 0710016101

Pembimbing II



**Naning Kristivana, SE.MM**  
NIDN. 0721117501

Mengetahui  
Dekan Fakultas Manajemen



**Titi Ropini, SE, MM**  
NIK. 19630505 199001 11

Dosen Penguji



**Dra. Umi Farida, MM**  
NIDN. 0710016101



**Dr. Heri Wijayanto, MM, M.Kom**  
NIDN. 0025057401



**Eka Destriyanto P.A., S.AB., MM**  
NIDN. 0711128404

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the effect of Halal Label, Word of Mouth, and Price on the Purchase Decision of Aice ice cream at Aice outlet Sukosari Village Babadan Sub-District Ponorogo Districts. This research was conducted in Sukosari Village because it is one of the villages in Ponorogo far from the city center. Researchers want to know the thoughts of villagers related to the influence of halal labels, word of mouth, and prices on purchasing decisions.*

*This research is a quantitative study. The data used are primary data in the form of questionnaires that have been filled out by respondents. The population in this study were consumers of Aice ice cream at Aice outlet Sukosari Village Babadan Sub-District Ponorogo Districts. Samples that met the criteria to be respondents were 100 consumers. The data analysis technique in this study is multiple linear analysis using statistical software products and services (SPSS) 21.*

*The results of this study indicate that the halal label, word of mouth, and price have a partial and simultaneous effect on the purchase decision of Aice ice cream at Aice Outlet Sukosari Village Babadan Sub-District Ponorogo Districts.*

*Keywords: Halal label, word of mouth, price, purchase decision.*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi dengan judul “Pengaruh Label Halal, *Word Of Mouth*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Aice Di *Outlet Aice* Ds.Sukosari Kec.Babadan Kab.Ponorogo”.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan arahan berbagai pihak yang turut membantu selama penyelesaian skripsi ini. Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibuk, Ayah, Kakak, dan Adik serta keluarga yang telah memberikan kasih sayang, dukungan dan doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah memberi fasilitas untuk peneliti selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah memberi fasilitas untuk peneliti selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

4. Dra.Umi Farida,MM selaku ketua program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo, dan juga dosen pembimbing yang telah memberikan saran dan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
5. Naning Kristiyana.SE.MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan saran-saran, petunjuk, perbaikan serta perhatian sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Fery Setiawan, SE., MM, Ibu Titi Rapini, SE., MM dan Ibu Dwi WarniWahyuningsih, SE., MM selaku reviewer seminar proposal yang telah memberikan saran dan masukan yang sangat berguna untuk memperbaiki penyusunan proposal guna keberlanjutan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Alip Sugianto, M.Hum selaku Wali Kelas Manajemen A 2016.
8. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah membantu dan mempermudah peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Pimpinan Cabang Es Krim Aice Kabupaten Ponorogo yang telah bersedia memberi izin peneliti dalam memperoleh bahan untuk penyelesaian skripsi ini.
10. Sahabat – sahabatku sebagai partner terbaik yang memberikan semangat, dukungan dan bersedia membantu selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman Program Studi Manajemen S-1 angkatan 2016 yang telah memberikan dukungan dan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. UKM Kopma Surya Kencana, dan UKM PIK Fajar Melati.
13. Ormawa HMJ Manajemen dan Laskar BEM FE.

14. Semua pihak yang telah membantu dan memperlancar jalannya penelitian ini dari awal sampai selesainya penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dalam penulisan maupun dalam penyajian materi. Saran dan kritik diharapkan peneliti untuk perbaikan skripsi ini. Akhir kalam, peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Ponorogo, 31 Juli 2020



Diana Mutiara

## MOTTO

*“Jangan pernah hidup dihati yang iri karena rasa syukur akan mati”*

(Diana Mutiara)





**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR  
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Instansi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 31 Juli 2020

  
(Diana Mutiara)

NIM. 16413986

## DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Sampul Depan .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Ringkasan.....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Motto.....	vii
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik.....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori.....	9
1. Pemasaran.....	9
a. Pengertian Pemasaran .....	9
b. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	10
c. Pengertian Bauran Pemasaran .....	10
d. Unsur – Unsur Bauran Pemasaran.....	11
2. Produk .....	12

a. Pengertian Produk.....	12
b. Atribut Produk .....	12
c. Pengertian Label .....	14
d. Pengertian Label Halal.....	14
e. Manfaat Labelisasi Halal .....	15
f. Indikator Label Halal .....	16
3. Promosi.....	17
a. Pengertian Promosi .....	17
b. Jenis – Jenis Promosi .....	18
c. Pengertian <i>Word Of Mouth</i> .....	19
d. Manfaat dan Model <i>Word Of Mouth</i> .....	20
e. Indikator <i>Word Of Mouth</i> .....	21
4. Harga .....	21
a. Pengertian Harga.....	21
b. Tujuan Penetapan Harga .....	22
c. Indikator Harga .....	22
5. Perilaku Konsumen .....	23
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	23
b. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	23
c. Pengertian Kepurusan Pembelian .....	26
d. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	27
e. Tahap – Tahap Keputusan Pembelian .....	28
f. Indikator Keputusan Pembeian.....	29
B. Penelitian Terdahulu .....	30
C. Kerangka Berpikir.....	33
D. Hipotesis.....	34

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian.....	37
B. Populasi dan Sampel .....	37
1. Populasi .....	37
2. Sampel.....	38

C.	Metode Pengambilan Data .....	39
1.	Data Primer .....	39
2.	Data Sekunder .....	39
3.	Skala Pengukuran .....	39
D.	Definisi Operasional Variabel.....	40
1.	Variabel Independen .....	41
2.	Variabel Dependen .....	42
E.	Metode Analisis Data.....	43
1.	Uji Instrumen.....	43
a.	Uji Validitas .....	43
b.	Uji Reliabilitas .....	44
F.	Alat Analisis.....	45
1.	Regresi Linear Berganda.....	45
2.	Koefisien Determinas .....	45
G.	Uji Hipotesis .....	46
1.	Uji t (Parsial) .....	46
2.	Uji f (Silmutan) .....	48
 <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
A.	Hasil Penelitian .....	49
1.	Sejarah Singkat Perusahaan .....	49
2.	Keadaan Wilayah Penelitian .....	50
B.	Gambaran Umum Responden .....	50
1.	Profil Responden .....	50
a.	Responden Berdasarkan Usia .....	51
b.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
c.	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	53
d.	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
C.	Deskripsi Jawaban Responden.....	55
1.	Variabel Label Halal (X1).....	55
2.	Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X2) .....	56
3.	Variabel Harga (X3).....	57

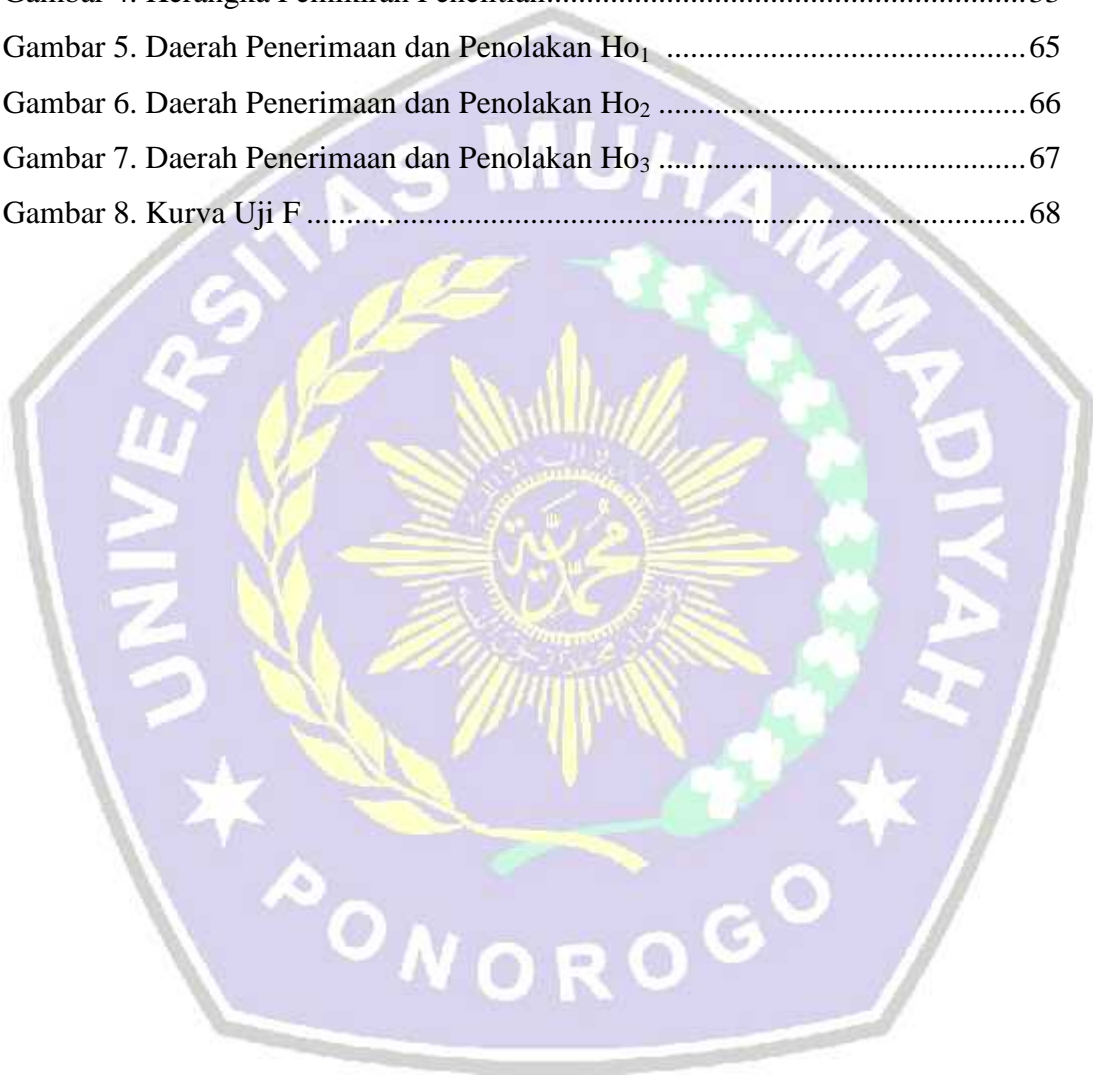
4. Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
D. Uji Instrumen .....	59
1. Uji Validitas .....	59
2. Uji Reliabilitas.....	60
E. Alat Analisis Data .....	61
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
2. Koefesien Determinasi .....	63
F. Uji Hipotesis .....	64
1. Uji t (Parsial) .....	64
2. Uji f (Silmutan) .....	67
G. Pembahasan.....	69
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran.....	76
1. Saran Untuk Perusahaan.....	76
2. Saran Untuk Perguruan Tinggi.....	77
3. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	77
DAFTAR PUSTAKA .....	78
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	53
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Label Hala (X1) .....	55
Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X2).....	56
Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga(X3) .....	57
Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian(Y) . . .	58
Tabel 10. Hasil Uji Validitas .....	59
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 12. Hasil Regresi Linear Berganda .....	61
Tabel 13. Hasil Koefesien Determinasi .....	63
Tabel 14. Hasil Uji T .....	64
Tabel 15. Hasil Uji F.....	68

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Gambar Label Halal MUI .....	16
Gambar 2. Tulisan Label Halal MUI .....	16
Gambar 3. Kombinasi Gambar dan Tulisan Label Halal MUI.....	17
Gambar 4. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	33
Gambar 5. Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_{01}$ .....	65
Gambar 6. Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_{02}$ .....	66
Gambar 7. Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_{03}$ .....	67
Gambar 8. Kurva Uji F .....	68



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Data Responden Penelitian
- Lampiran 4 : Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 5 : Profil Responden
- Lampiran 6 : Deskripsi Jawaban Responden
- Lampiran 7 : Uji Validitas
- Lampiran 8 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 9 : Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran10: Koefesien Determinasi
- Lampiran11: Uji T
- Lampiran12: Uji F
- Lampiran13: Tabel R
- Lampiran14: Tabel T
- Lampiran15: Tabel F
- Lampiran16: Berita Acara

