

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **PENGARUH KESADARAN MEREK, LABEL HALAL, DAN BAHAN MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN MIE INSTAN SAMYANG (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT MUSLIM KOTA PEKANBARU)**

**ZIKRILLAH**  
**11371103628**

*Penelitian ini dilakukan pada masyarakat muslim Pekanbaru. Penelitian ini dimulai sejak bulan Desember hingga April 2017. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek, label halal, dan bahan makanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk mie instan Samyang di Pekanbaru. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode Accidental Sampling dengan menggunakan rumus slovin yaitu 100 orang. Sedangkan untuk mengetahui besarnya pengaruh variable bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) digunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat spss versi 20.0. berdasarkan hasil uji regresi linear berganda di peroleh persamaan:  $Y = 5,458 + 0,351 X_1 + 0,324 X_2 + 0,262 X_3 + e$ , kemudian dari hasil simultan (Uji f) diketahui bahwa variable kesadaran merek, label halal, dan bahan makanan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan Samyang di Pekanbaru. Sedangkan berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) di ketahui bahwa variable kesadaran merek, label halal, dan bahan makanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan Samyang di pekanbaru. Sedangkan berdasarkan perhitungan nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai R Square sebesar 0,601. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek, label halal, dan bahan makanan secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 60,1% terhadap keputusan pembelian produk mie instan Samyang di pekanbaru. Sedangkan sisanya sebesar 39,9% adalah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.*

**Kata kunci:** *kesadaran merek, label halal, bahan makanan, Keputusan Pembelian*