

**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.

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABELISASI HALAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KEKINIAN MIXUE  
(Studi Pada Pelajar di Kecamatan Tuah Madani)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
(SE) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas  
Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*



**DUVAN MARDRIB**

**11970113622**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**2023**

**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.

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABELISASI HALAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KEKINIAN MIXUE  
(Studi Pada Pelajar di Kecamatan Tuah Madani)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
(SE) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas  
Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*



UIN SUSKA RIAU

**DUVAN MARDRIB**

**11970113622**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

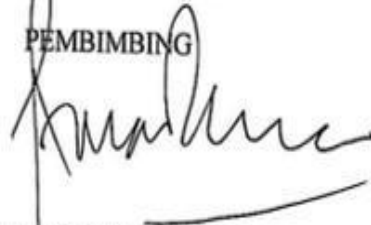
**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DUVAN MARDRIB  
NIM : 11970113622  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
PROGRAM STUDI : SI MANAJEMEN  
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
SEMESTER : VIII (DELAPAN)  
JUDUL : PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KEKINIAN MIXUE (STUDI PADA PELAJAR DI KECAMATAN TUAH MADANI)

DISETUJUI OLEH

PEMBIMBING



RIKI HANRI MALAU, SE, MM

NIP. 19710124200701 1 020

MENGETAHUI

DEKAN

FAKULTAS EKONOMI DAN  
ILMU SOSIAL





DR. HJ. MAHYARNI, SE, MM

NIP. 19700826 199903 2 001

KETUA PRODI SI MANAJEMEN



ASTUTI MEFLINDA, SE, MM

NIP. 19720513 200701 2 018

### Hak Cipta Diindungi 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.

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Duvan Mardrib  
NIM : 11970113622  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup dan Labelisasi Halal Terhadap  
Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Mixue  
(Studi Pada Pelajar di Kecamatan Tuah Madani)  
Tanggal Ujian : 27 Juni 2023

### Tim Penguji

Ketua  
Dr. Julina, SE, M.Si  
NIP/NIK. 19730722 199903 2 001

Sekretaris  
Devi Deswimar, S.Sos, M.Si  
NIP/NIK. 130 411 027

Penguji 1  
Fakhrurrozi, SE, MM  
NIP/NIK. 19670725 200003 1 002

Penguji 2  
Ainun Mardiah, SE, MM  
NIP/NIK.19781203 200604 2 001



.....  
.....  
.....  
.....

#### 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.

Lampiran Surat :  
Nomor : Nomor 25/2021  
Tanggal : 10 September 2021

### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : DUVAN MARDAB  
NIM : 11970113622  
Tempat/Tgl. Lahir : PEKANBARU, 28 MARET 2000  
Fakultas/Pasasarjana : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
Prodi : MANAJEMEN

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*:

PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABELSASI HALAL  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KEKIFITIAN  
MIKRO (Studi pada pelajar di Kecamatan TUATI  
TIADAMI).

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)\* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 16 Juni 2023

Yang membuat pernyataan

  
  
DUVAN MARDAB  
NIM : 11970113622

\* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- 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.

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 GAYA HIDUP DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KEKINIAN MIXUE

(Studi Pada Pelajar di Kecamatan Tuah Madani)

**DUVAN MARDRIB**  
**NIM. 11970113622**

*Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup dan Labelisasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Mixue (Studi Pada Pelajar di Kecamatan Tuah Madani). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para Pelajar yang membeli Minuman Kekinian Mixue. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 84 orang responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa Gaya Hidup dan Labelisasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Mixue (Studi Pada Pelajar di Kecamatan Tuah Madani). Besar pengaruh Gaya Hidup dan Labelisasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Mixue (Studi Pada Pelajar di Kecamatan Tuah Madani) di tunjukkan dengan koefisien determinasi sebesar 0,311 (31,1%). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup (X1) dan Labelisasi Halal (X2) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). sedangkan sisanya 68,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.*

**Kata Kunci : Gaya Hidup, Labelisasi Halal dan Keputusan Pembelian**

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.

**ABSTRACT**

***THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND HALAL LABELIZATION ON THE PURCHASE DECISION OF CONSISTENT MIXUE BEVERAGES***

*(Studies on Students in Tuah Madani District)*

**DUVAN MARDRIB**  
**NIM. 11970113622**

*The purpose of this study was to determine the influence of Lifestyle and Halal Labeling to significantly influence the Purchase Decision of Contemporary Mixue Drinks (Study on Students in Tuah Madani District). The population in this study are students who buy Contemporary Mixue Drinks. Data collection techniques using a questionnaire. The data used are primary data and secondary data. In this study, a sample of 84 respondents used a purposive sampling technique. The data analysis used in this study is quantitative with multiple linear regression methods. The results show that Lifestyle and Halal Labeling have a significant effect on Purchase Decisions of Contemporary Mixue Drinks (Study on Students in Tuah Madani District). The influence of Lifestyle and Halal Labeling has a significant effect on Purchase Decisions of Contemporary Mixue Drinks (Study of Students in Tuah Madani District) is shown with a coefficient of determination of 0.311 (31.1%). These results indicate that the Lifestyle variable (X1) and Halal Labeling (X2) have an effect on the purchasing decision variable (Y). while the remaining 68.9% is influenced by other factors not examined in this study.*

**Keywords : Lifestyle, Halal Labelization dan Purchase Decision**

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.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Alhamdulillah RabbilAlamin segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas semua nikmat, rahmat, dan hidayah yang terlimpahkan, nikmat kecukupan, dan kesenangan serta wujud doa, ujian, cobaan, dan teguran-Mu sehingga dengan melalui semua itu penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Mixue (Studi Pada Pelajar Di Kecamatan Tuah Madani)** Shalawat serta salam tecurah kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi panutan dan teladan bagi umat manusia di dunia.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih belum sempurna, kekurangan maupun kekhilafan sehingga penulis menerima bentuk kritik dan saran yang sifatnya konstruktif. Pada kesempatan ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Mahyarni, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau, Bapak Dr. Kamaruddin, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau, Bapak Dr. Mahmuzar, M. Hum Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau dan Ibu Dr. Hj. Julina, SE,



**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.

- M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.
3. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen dan Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.
  4. Bapak Riki Hanri Malau, SE, MM selaku dosen pembimbing proposal dan skripsi sekaligus menjadi inspirasi bagi penulis yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, perhatian dan saran-saran yang sangat penting kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
  5. Ibu Ulfiah Novita, SE, M.Si selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan dan menjadi orang tua kedua selama penulis menuntut ilmu di UIN Suska Riau.
  6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah meluangkan waktu dan kesempatan untuk memberikan ilmu dan pengetahuan selama proses perkuliahan.
  7. Seluruh karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
  8. Kedua Orangtua tercinta Papa Epiandes, SPd dan Mama Tuti Nora yang selalu mendoakan dan telah memberikan segalanya baik itu semangat, kasih sayang dan cinta serta dukungan kepada penulis.
  9. Kepada Ono Shoky Eandra S.Sos, Yuri Diana Ratu S.Pd, Ukhy

**Hak Cipta Diindungi 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.

Alhafid Eandra dan Oshe Albirru Eandra yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

10. Para sahabat brekuhh dan orang terdekat, Aqrabur Rahman, Vicco Riski Putra Riadi, Willy Hendarta, Ari Maulana, Dhea Syafitri.
11. Teman Kelas Pemasaran C Angkatan 2019 yang selalu ada dalam proses pengerjaan skripsi ini.
12. Seluruh teman-teman seperjuangan yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang ada di dalam proses ini.
13. Dan terimakasih untuk diri sendiri yang telah berjuang dan pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Seluruh pihak yang terlibat dalam pembuatan skripsi ini.

Semoga semua bantuan, dukungan dan do'a yang telah diberikan menjadi amal baik yang akan mendapatkan balasan dari Allah SWT, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua pihak yang membutuhkan.

Pekanbaru, Juni 2023

Duvan Mardrib  
11970113622

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Bagi Penulis.....	12
1.4.2 Bagi Peneliti Selanjutnya .....	12
1.5 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II .....</b>	<b>14</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>14</b>
2.1 Gaya Hidup.....	14
2.1.1. Pengertian Gaya Hidup.....	14
2.1.2 Faktor- faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup .....	16
2.1.3 Indikator Gaya Hidup (Lyfe Style).....	16
2.2 Label Halal .....	18
2.2.1 Pengertian Label Halal .....	18
2.2.2 Syarat Produk Halal.....	20
2.2.3 Tujuan Pencantuman Label Halal .....	21
2.2.4 Indikator Label Halal.....	25
2.3 Keputusan Pembelian .....	25
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	25
2.3.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	26
2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	28

- 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.

**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.

2.3.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	33
2.4 Hubungan Antar Variabel.....	34
2.4.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .	34
2.4.2.Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian .....	35
2.5 Penelitian Terdahulu.....	35
2.6 Kerangka Pemikiran .....	37
2.7 Hipotesis .....	39
2.8 Konsep Operasional Variabel.....	39
<b>BAB III .....</b>	<b>41</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.2.1 Data Primer.....	41
3.2.2 Data Sekunder .....	41
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
3.3.1 Populasi .....	42
3.3.2 Sampel .....	42
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	43
3.4.1 Kusioner .....	44
3.4.2 Skala Pengukuran Data.....	44
3.5 Teknik Analisis data .....	44
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	46
3.5.3 Uji regresi linear berganda .....	48
3.5.4 Uji Hipotesis.....	49
3.5.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	51
<b>BAB IV .....</b>	<b>53</b>
<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>53</b>
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	53
4.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	54
4.3 Logo Mixue .....	54

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

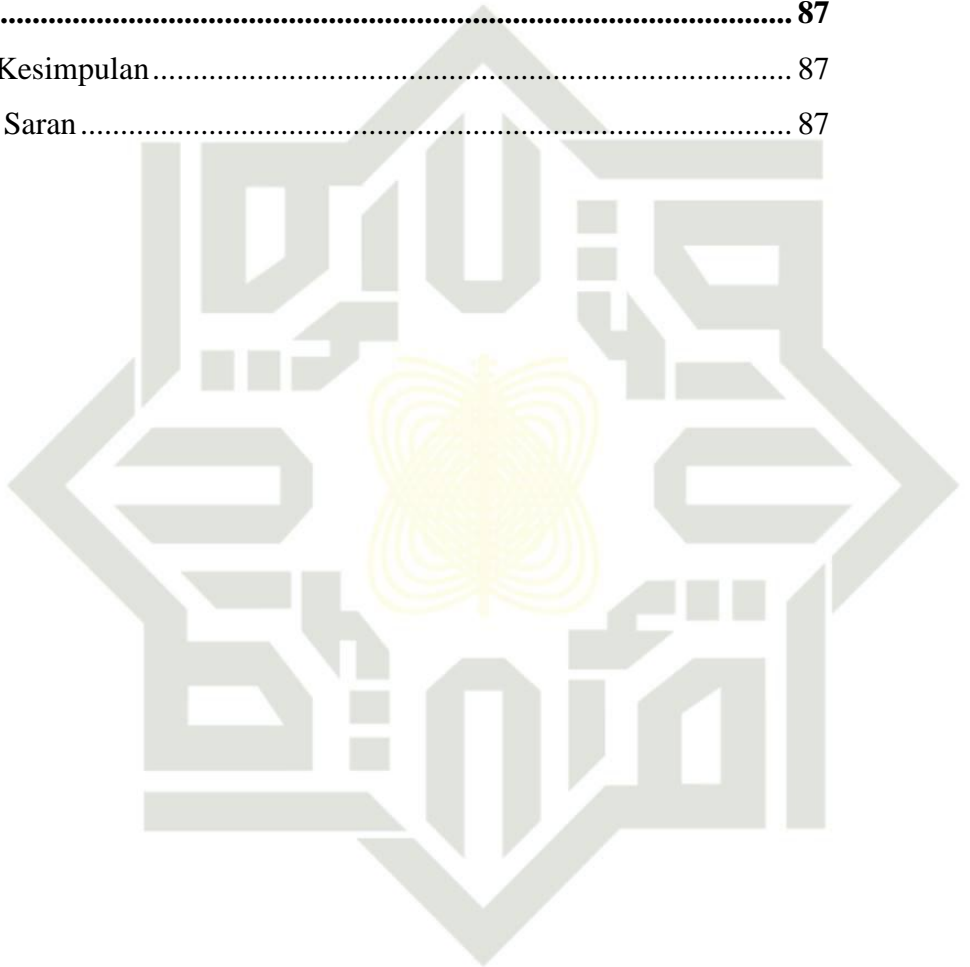
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

4.4 Struktur Organisasi.....	55
4.5 Sejarah Kecamatan Tuah Madani.....	56
4.9. Kondisi Umum Kecamatan Tuah Madani.....	59
<b>BAB V .....</b>	<b>62</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
5.1 Karakteristik Responden.....	62
5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	62
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	63
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
5.1.4 karakteristik berdasarkan frekuensi pembelian .....	64
5.2 Deskriptif Analisis Penelitian.....	64
5.2.1 Variabel keputusan Pembelian .....	64
5.2.2 Variabel Gaya Hidup.....	66
5.2.3 Variabel Labelisasi Halal .....	68
5.3 Uji Kualias Data .....	69
5.3.1 Uji Validitas.....	69
5.3.2 Uji Reliabilitas.....	72
5.4 Uji Asumsi Klasik .....	73
5.4.1 Uji Normalitas .....	73
5.4.2 Uji Multikolinieritas .....	76
5.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	77
5.4.4 Uji Autokorelasi .....	78
5.5 Uji Regresi Linear Berganda .....	79
5.6 Uji Hipotesis.....	81
5.6.1 Uji Hipotesis T .....	81
5.6.2 Uji Hipotesis F.....	82
5.6.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	83
5.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
5.7.1 Pengaruh Gaya Hidup (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	85

**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.

5.7.2 Pengaruh Labelisasi Halal (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	85
5.7.3 Pengaruh Gaya Hidup (X1) Labelisasi Halal (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	86
<b>BAB VI.....</b>	<b>87</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>87</b>
6.1 Kesimpulan.....	87
6.2 Saran.....	87



UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR TABEL

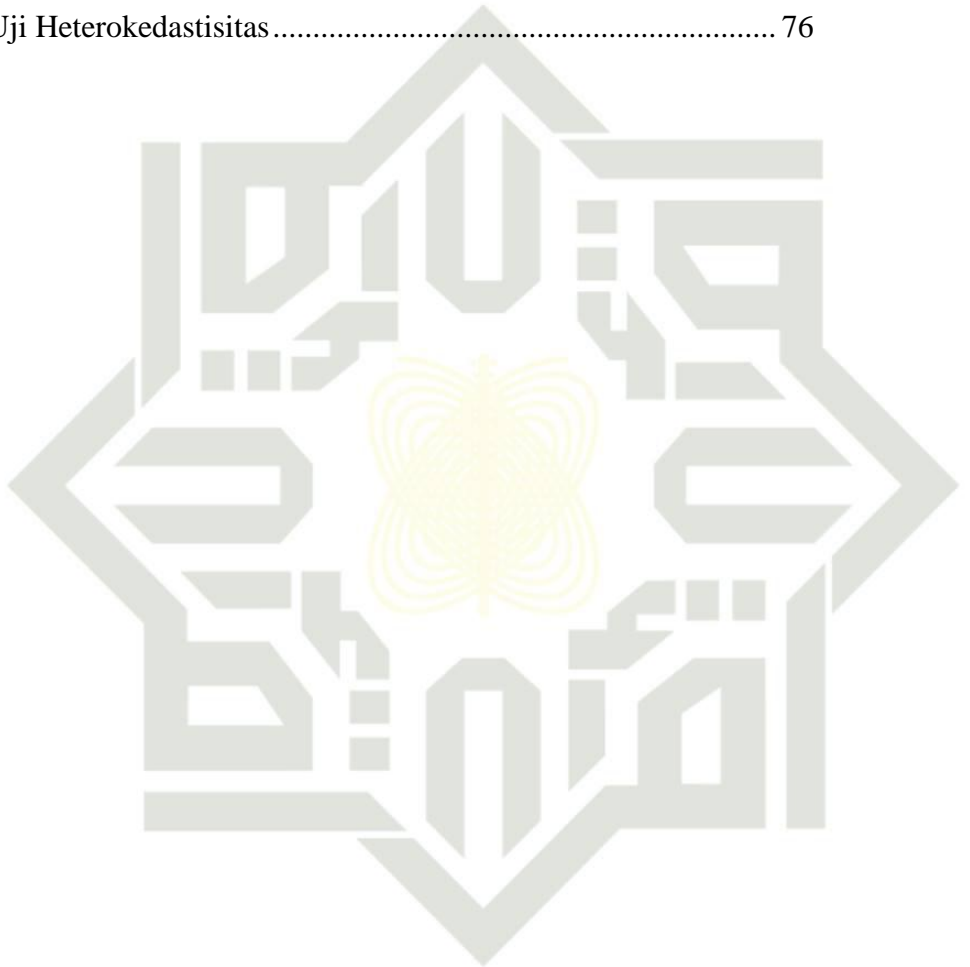
<b>Tabel 1.1</b> Daftar perusahaan F&B dengan gerai <i>franchise</i> terbanyak di dunia.....	7
<b>Tabel 1.2</b> Alamat Mixue di Pekanbaru.....	8
<b>Tabel 1.3</b> Daftar Menu dan Daftar Harga Mixue .....	9
<b>Tabel 2.1</b> Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	28
<b>Tabel 2.2</b> Penelitian Terdahulu.....	36
<b>Tabel 2.3</b> Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian .....	39
<b>Tabel 4.1</b> Data Kependudukan Kecamatan Tuah Madani.....	59
<b>Tabel 5.1</b> Responden Berdasarkan Umur.....	60
<b>Tabel 5.2</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
<b>Tabel 5.3</b> Tabel Responden Berdasarkan Status .....	62
<b>Tabel 5.4</b> Tabel Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	63
<b>Tabel 5.5</b> Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Keputusan Pembelian.....	63
<b>Tabel 5.6</b> Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Gaya Hidup .....	65
<b>Tabel 5.7</b> Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Labelisasi Halal .....	66
<b>Tabel 5.8</b> Uji Validitas .....	68
<b>Tabel 5.9</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	71
<b>Tabel 5.10</b> Uji Kolmogrov-smirnov .....	72
<b>Tabel 5.11</b> Hasil Uji Multikolinieritas.....	75
<b>Tabel 5.13</b> Hasil Regrensi Linear Berganda.....	83
<b>Tabel 5.14</b> Hasil Uji T .....	85
<b>Tabel 5.15</b> Hasil Uji F .....	86
<b>Tabel 5.16</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	88

### 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.

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Kerangka Pemikiran .....	40
<b>Gambar 4.1</b> Peta Wilayah Kecamatan Tuah Madani .....	65
<b>Gambar 5.1</b> Hasi Uji Normalitas Histogram .....	73
<b>Gambar 5.2</b> Uji Heterokedastisitas .....	76



UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Diilindungi 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.



Hak Cipta Diindungi 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.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis maupun usaha sangat ketat. Terlebih pada bisnis makanan dan minuman yang saat ini berkembang dengan pesat, baik dalam skala kecil, sedang, hingga besar. Oleh sebab itu, setiap pelaku usaha bisnis harus mempunyai kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi di lingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik kepuasan konsumen agar dapat berhasil menjalankan usahanya. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang baik kepada konsumen (Nabila,2020).

Perekonomian Indonesia sebagian besar didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga dan salah satu industri yang berkembang pesat adalah industri makanan dan minuman. Pertumbuhan penjualan didorong oleh peningkatan pendapatan pribadi dan peningkatan pengeluaran untuk makanan dan minuman, terutama dari meningkatnya jumlah konsumen kelas menengah. Industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2020 ke 2021 sebesar 2,54 persen menjadi Rp775,1 triliun, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) sebesar Rp1,12 kuadriliun pada 2021. Nilai tersebut porsinya sebesar 38,05 persen terhadap

#### Hak Cipta Diindungi 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.

industri pengolahan nonmigas atau 6,61 persen terhadap PDB nasional yang mencapai Rp16,97 kuadriliun.

Sektor industri merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam perekonomian. Perkembangan industri sekarang yang paling matang adalah industri pengolahan makanan dan minuman. Beradaptasi dengan trend akan menjadi sangat penting karena budaya makan dan minum di Indonesia terus berubah. Salah satu trend utama adalah kesadaran kesehatan yang berkembang di kalangan penduduk muda Indonesia, yang menciptakan peluang untuk produk-produk seperti minuman thai tea, ice kopi susu, brown sugar hingga ice cream.

Berubahnya gaya hidup masyarakat mempengaruhi pertumbuhan industri cafe sangat cepat menyebar dengan membuka gerai baru seiring dengan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang pesat. Perkembangan dunia usaha pada saat ini mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Hal ini ditandai dengan semakin banyak usaha ritel di Indonesia karena permintaan dan gaya hidup masyarakat yang semakin modern.

Keputusan membeli seseorang merupakan hasil suatu hubungan yang saling mempengaruhi antara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi, faktor-faktor ini sangat berguna untuk mengidentifikasi pembeli-pembeli yang mungkin memiliki minat besar terhadap suatu produk (**Kotler dan Keller:2012**). Menurut **Kotler dan Keller (2012)** satu perangkat proses psikologis berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu akan menghasilkan proses keputusan pembelian.

#### 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.

Menurut **Kotler dan Keller (2012:178)**, para konsumen membuat keputusan pembelian mereka tidak dalam sebuah tempat yang terisolasi dari lingkungan sekitar. Perilaku membeli mereka sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor gaya hidup konsumen yang ikut mempengaruhi keputusan dalam membeli suatu produk. Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interests, and opinions). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Gaya hidup berhubungan erat dengan konsumen. Nilai-nilai dan kepribadian mewakili keadaan internal atau gaya hidup karakteristik adalah manifestasi atau pola actual perilaku, khususnya mereka diwakili oleh aktivitas konsumen, minat dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

Apa yang dilakukan orang di waktu senggang mereka, sering kali merupakan indikator gaya hidup mereka. Satu konsumen mungkin menyukai kegiatan di luar ruangan seperti ski, sedangkan yang lain mungkin lebih suka menjelajahi web. opini politik, ideologi, dan keterlibatan juga dapat memengaruhi keputusan akuisisi, konsumsi, dan penempatan. Konsumen yang terlibat dan kegiatan yang berbeda serta memiliki pendapat dan minat yang berbeda dapat memberikan segmen gaya hidup yang berbeda bagi pemasar. Penelitian gaya hidup dapat membantu pemasar memahami bagaimana produk masuk ke dalam pola perilaku umum konsumen.

Pada zaman dahulu, seseorang akan dengan mudah mengidentifikasi mana makanan yang halal dikonsumsi dan mana makanan yang haram. Berbeda halnya dengan masa sekarang dengan berkembangnya teknologi, kita

#### Hak Cipta Diindungi 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.

dihadapkan dengan banyaknya pilihan jenis makanan sehingga sulit dikenali mana yang halal dan mana yang haram. Oleh karena itu, label yang tercantum pada produk makanan kemasan sangat diperlukan untuk memastikan kehalalan produk tersebut. Di Indonesia sendiri ketentuan label halal tercantum dalam Undang-Undang RI No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, pasal 4: “Produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal”.

Produk yang halal dapat ditandai dengan adanya logo halal pada kemasan produk untuk memberi informasi produk serta menarik niat konsumen. Konsumen cenderung akan mengevaluasi bagian ini ketika akan melakukan pembelian. Dengan adanya sertifikasi halal pada produk makanan yang menjadi konsumsi masyarakat, merupakan salah satu upaya perlindungan pemerintah terhadap 90% masyarakat konsumen muslim, namun selain dilihat dari sudut keyakinan masyarakat, labelisasi atas produk makanan dan obat yang beredar di masyarakat dapat menunjukkan bahwa makanan dan obat tersebut juga layak dikonsumsi baik oleh kaum muslim maupun non-muslim.

Tetapi dewasa ini, sebagian masyarakat terkadang mengabaikan label halal dalam suatu makanan atau minuman yang akan mereka beli. Terlebih makanan dan minuman kekinian yang mengikuti trend. Banyak berbagai macam makanan dan minuman kekinian yang dijual bebas di pasaran untuk saat sekarang ini, mulai dari makanan dan minuman ala-ala Korea dan sebagainya. Dan itu semua seolah-olah sudah menjadi suatu kebiasaan bagi masyarakat tersebut.

**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.

Penelitian yang dilakukan oleh Adinda Oktaviani Putri (2022) dalam “Pengaruh Experiential Marketing dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Arifin Ahmad Pekanbaru” menyatakan bahwa para konsumen mungkin sekali membeli secara impulsif dan dipengaruhi tidak hanya oleh keluarga dan teman-teman, oleh berbagai pemasangan iklan dan model peran, tetapi juga oleh suasana hati, keadaan dan emosi. Semua faktor ini bergabung sehingga membentuk model perilaku konsumen yang menyeluruh dan mencerminkan aspek pengertian dan pengetahuan maupun emosional dalam pengambilan keputusan konsumen.

Pada tahun 2020, jumlah penduduk Provinsi Riau adalah 87.023,66 jiwa dengan luas wilayah 89.150,16 Km. Dengan jumlah penduduk terbesar terdapat di Kota Pekanbaru sebanyak 6.394.087 penduduk. Mayoritas penduduknya di provinsi Riau tahun 2020 memeluk Agama Islam yaitu sebesar 5.312.814 jiwa (87,47%).

Banyaknya jumlah penduduk muslim di kota Pekanbaru dapat menjadikan Kota Pekanbaru memiliki potensi dan peluang yang cukup besar untuk para pengusaha mengembangkan atau membuka cabang baru usaha mereka di kota Pekanbaru. Mulai dari jenis makanan dan minuman yang berasal dari Cina, Korea, Thailand, Tiongkok dan sebagainya. Tetapi tidak semua makanan dan minuman kekinian yang di buka di Pekanbaru tersebut sudah memiliki label halal dari LPPOM-MUI. Mengingat semakin tingginya pertumbuhan masyarakat di Pekanbaru, dikhawatirkan masyarakat salah dalam mengambil

#### Hak Cipta Diindungi 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.

keputusan pembelian dan mengonsumsi makanan dan minuman kekinian. Salah satunya adalah minuman kekinian Mixue.

Mixue Ice Cream & Tea adalah sebuah perusahaan waralaba yang menjual es krim sajian lembut dan minuman teh asal Zhengzhou, Henan, Tiongkok dan didirikan pada 16 Juni 1997. Sedikitnya 21.581 gerai Mixue telah beroperasi di Tiongkok dan sedikitnya 12 negara lainnya di Asia-Pasifik. Perusahaan ini sepenuhnya dimiliki oleh Zhang Bersaudara. Mixue telah hadir di Indonesia sejak tahun 2020 dengan gerai pertamanya di Cihampelas Walk, Kota Bandung dan saat ini memiliki lebih dari seribuan gerai di seluruh Indonesia.

Menurut PT Zhisheng Pacific Trading yang membawa Mixue ke Indonesia, sejak tahun 2021 Mixue mengupayakan proses sertifikasi halal agar konsumen tidak khawatir dalam membeli produk ini. Namun, prosesnya terkendala oleh tahapan konsultasi halal yang harus dilaksanakan terlebih dahulu di negara asal dikarenakan 90% bahan bakunya merupakan hasil impor, sumber bahan baku yang tidak terpusat seluruhnya di satu wilayah, serta pandemi Covid-19 dan karantina wilayah di Tiongkok menyebabkan terhambatnya proses pengurusan. Menanggapi hal tersebut, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama RI meminta Mixue tidak boleh memasang logo halal sebelum sertifikat halal diterbitkan.

Saat ini Mixue merupakan waralaba Internasional yang berdasarkan data dari Momentum Work telah memiliki 21.582 gerai. Jumlah tersebut menjadikan Mixue sebagai perusahaan makanan dan minuman (food and

**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.

beverage/F&B) dengan gerai franchise terbanyak ke-5 di dunia. Berikut daftar 7 perusahaan F&B dengan gerai franchise terbanyak di dunia pada tahun 2021:

**Tabel 1.I**  
**Daftar Perusahaan F&B Dengan Gerai *Franchise* Terbanyak di Dunia**

No	Nama Perusahaan	Jumlah Gerai
1	McDonalds	40.030 Gerai
2	Subway	37.000 Gerai
3	Starbucks	33.833 Gerai
4	KFC	26.934 Gerai
5	Mixue	21.582 Gerai
6	Burger King	19.247 Gerai
7	Dominos Pizza	18.848 Gerai

**Sumber : Momentum Work, 2022**

Jakarta, CNN Indonesia—MUI menyatakan produk es krim Mixue resmi halal. Mixue merupakan perusahaan waralaba yang menjual es krim dan teh berasal dari China. Keputusan itu dikeluarkan usai Komisi Fatwa melaksanakan sidang produk halal pada Rabu (15/2) kemarin. “produk Mixue telah sesuai produk halal. Bahannya berasal dari produk yang suci dan prosesnya terjamin,” Ketua MUI Bidang Fatwa, Asrorun Niam Sholeh di laman resmi MUI. Putusan MUI ini didapatkan setelah kajian terhadap laporan audit kehalalan yang disampaikan Lembaga Pemeriksa Halal Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM) MUI. Asrorun mengatakan bahan produk Mixue telah memenuhi standar halal yang

**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.

ditetapkan MUI. Termasuk semua bahan yang digunakan halal dan suci, serta proses produksinya terjamin kesuciannya. Ia pun memastikan ketetapan halal MUI terhadap Mixue meliputi semua outlet dan menu.

Lebih jauh, Sekretaris Komisi Fatwa MUI Miftahul Huda mengapresiasi langkah manajemen Mixue karena telah mengupayakan proses sertifikasi halal terhadap semua produk.

Berikut alamat gerai yang sudah beredar di Pekanbaru :

**Tabel 1.2**  
**Alamat Mixue di Pekanbaru**

No	Alamat
1	Mixue Sudirman
2	Mixue Jenderal
3	Mixue Delima
4	Mixue Jalan Riau
5	Mixue Panam
6	Mixue Jalan Riau Antta
7	Mixue Jalan Durian
8	Mixue Simpang Kualu
9	Mixue Zainal Abidin
10	Mixue Marpoyan
11	Mixue Sail
12	Mixue Bukit Barisan
13	Mixue Belimbing



**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.

Selain jumlah gerai yang sudah tersebar banyak di Pekanbaru dan bisa di jumpai dengan mudah, faktor harga dan menu yang bervariasi juga merupakan salah satu faktor yang membuat Mixue banyak di gemari terutama di kalangan para pelajar. Berikut daftar harga dan daftar menu Mixue :

**Tabel I.3**  
**Daftar Menu dan Daftar Harga Mixue**

No	Daftar Menu	Daftar Harga
1	Ice Cream - Mango Smoothies - Strawberry Lucky Sundae - Mango Sundae - Boba Sundae - Berry Bean Sundae - Oreo Sundae - Coklat Lucky Sundae - Ice Cream Jasmine Tea - Ice Cream Earl Tea - Boba Shake - Strawberry Mi Shake - Strawberry Smoothies With Ice Cream - Creamy Mango Boba - Boba Shake	Rp. 18.000 Rp. 18.000 Rp. 18.000 Rp. 18.000 Rp. 18.000 Rp. 18.000 Rp. 18.000 Rp. 15.000 Rp. 15.000 Rp. 18.000 Rp. 18.000 Rp. 18.000 Rp. 24.000 Rp. 18.000
2	Milk Tea - Oat Milk Tea (Medium) - Oat Milk Tea (Grande) - Coconut Jelly Milk Tea (Medium) - Coconut Jelly Milk Tea (Grande)	Rp. 21.000 Rp. 24.000 Rp. 21.000 Rp. 24.000

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.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Red Bean Milk Tea (Medium)</li> <li>- Red Bean Milk Tea (Grande)</li> <li>- Pearl Milk Tea (Medium)</li> <li>- Pearl Milk Tea (Grande)</li> <li>- Milk Tea 2 Topping (Medium)</li> <li>- Milk Tea 2 Topping (Grande)</li> <li>- Brown Sugar Pearl Milk Tea</li> <li>- Supreme Mixed Milk Tea (Grande)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rp. 21.000</li> <li>Rp. 24.000</li> <li>Rp. 21.000</li> <li>Rp. 24.000</li> <li>Rp. 21.000</li> <li>Rp. 24.000</li> <li>Rp. 21.000</li> <li>Rp. 24.000</li> </ul>
3	Real Fruit Tea <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fresh Squeezed Lemonade</li> <li>- Lemon Earl Grey Tea</li> <li>- Original Earl rey Tea</li> <li>- Lemon Jasmine Tea</li> <li>- Mango Oats Jasmine Tea</li> <li>- Passion Fruit Jasmine Tea</li> <li>- Peach Tea</li> <li>- Original Jasmine Tea</li> <li>- Jasmine Tea 2 Topping</li> <li>- Earl Grey Tea 2 Topping</li> <li>- Hawaiian Fruit Tea</li> <li>- Oreo Smoothies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rp. 12.000</li> <li>Rp.14.000</li> <li>Rp. 12.000</li> <li>Rp. 14.000</li> <li>Rp. 18.000</li> <li>Rp. 22.000</li> <li>Rp. 18.000</li> <li>Rp. 12.000</li> <li>Rp. 15.000</li> <li>Rp. 15.000</li> <li>Rp. 24.000</li> <li>Rp. 18.000</li> </ul>

Harga yang ditawarkan Mixue cukup relatif murah dan terjangkau oleh semua kalangan, yang berkisar antara Rp. 12.000 sampai dengan Rp. 24.000. dan juga menu yang ditawarkan beragam dan kekinian.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yan berjudul **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KEKINIAN MIXUE (STUDI PADA PELAJAR DI KECAMATAN TUAH MADANI)”**

**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.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan maka rumusan masalah ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian minuman kekinian Mixue (Studi pada pelajar di kecamatan Tuah Madani)
2. Bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian minuman kekinian Mixue (Studi pada pelajar di kecamatan Tuah Madani)
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian minuman kekinian Mixue (Studi pada pelajar di kecamatan Tuah Madani)

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian minuman kekinian Mixue (Studi pada pelajar di kecamatan Tuah Madani)
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian minuman kekinian Mixue (Studi pada pelajar di kecamatan Tuah Madani)

#### 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.

3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian minuman kekinian Mixue (Studi pada pelajar di kecamatan Tuah Madani).

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1.4.1 Bagi Penulis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penulis sendiri untuk memperluas dan memperdalam wawasan terutama dibidang manajemen, khususnya masalah pengaruh gaya hidup dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian minuman kekinian Mixue (Studi pada pelajar di Kecamatan Tuah Madani)

#### 1.4.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak yang ingin meneliti permasalahan yang sama pada masa yang akan datang.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran secara umum dan memudahkan pembahasan proposal penelitian ini, pembahasan dilakukan secara komprehensif dan sistematis meliputi :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini di kemukakan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

**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.

**BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Pada bab ini berisikan landasan teori yang melandasi pembahasan penelitian ini, hipotesis serta variabel penelitian.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menguraikan tentang lokasi dan waktu penelitian, sumber dan jenis data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini akan menguraikan sejarah singkat, serta gambaran umum perusahaan yang menjadi obyek dari penelitian.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan bab yang memaparkan tentang hasil yang di peroleh selama penelitian serta pembahasan.

**BAB IV : PENUTUP**

Bab ini mengemukakan tentang kesimpulan dari apa yang telah penulis uraikan serta saran yang berhubungan dengan masalah yang di hadapi oleh perusahaan.

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.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Gaya Hidup

##### 2.1.1. Pengertian Gaya Hidup

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat. Menurut **Somad dan Priansa (2014:94)** gaya hidup adalah pola seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya. Sedangkan menurut **Semiun, 2013** gaya hidup merupakan prinsip-prinsip idiografik yang utama itulah yang menjelaskan keunikan seseorang.

Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya ada di dalam alam pikir pelanggan yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen (**Setiadi, 2010**). Menurut **Kotler dan Keller** gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dalam lingkungannya.

Sedangkan menurut **Solomon (2011:264)**, Gaya Hidup atau *life style* mencakup aktivitas, minat, opini dan demografi. Menurut **Somad dan Priansa (2014:94)**, Gaya Hidup adalah pola seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup di definisikan

sebagai pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembeajaran sebelumnya, kelas sosial, dan demografi.

Gaya hidup hanyalah salah satu cara untuk mengelompokkan konsumen secara psikografis, gaya hidup (*life style*) pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Ada orang yang senang mencari hiburan bersama kawan – kawannya, ada yang senang menyendiri, ada yang bepergian bersama keluarga, belanja, melakukan aktivitas yang dinamis, dan ada pula yang memiliki waktu luang dan uang berlebih untuk kegiatan social dan keagamaan. Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Memahami kepribadian tidak akan lengkap jika tidak memahami gaya hidup. Gaya hidup di definisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menggunakan uang serta waktunya. Gaya hidup mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uangnya.

Dari beberapa definisi di atas dapat di simpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup berbeda dengan kepribadian. Kepribadian lebih menggambarkan karakteristik terdalam yang ada pada diri manusia. Sering disebut juga sebagai cara seseorang berfikir, merasa dan berpersepsi. Walaupun kedua konsep tersebut berbeda, namun gaya hidup dan kepribadian saling

#### 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.

**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.

berhubungan. Kepribadian merefleksikan karakteristik internal dari konsumen, gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik tersebut, yaitu perilaku seseorang.

### 2.1.2 Faktor- faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Ada 3 hal yang mempengaruhi gaya hidup yaitu :

1. *Activity* ( aktivitas )

Aktivitas yaitu cara yang digunakan konsumen dalam menghabiskan waktunya pada kehidupan sehari – hari.

2. *Interest* ( minat )

Minat merupakan suatu hal yang menjadi ketertarikan konsumen atau sesuatu yang ada di sekitar yang memiliki nilai penting bagi kehidupan konsumen dan dalam berinteraksi sosial.

3. *Opinion* ( opini )

Opini adalah bagaimana cara konsumen dalam memandang dan menilai diri sendiri dan lingkungan disekitar.

### 2.1.3 Indikator Gaya Hidup (Lyfe Style)

Menurut **Kotler dan Keller (2009)**, Gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam :

1. Kegiatan (*Activities*)

Aktivitas meminta kepada konsumen untuk mengidentifikasi apa yang mereka lakukan, apa yang mereka beli dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka. Aktivitas merupakan karakteristik konsumen dalam kehidupan sehari-harinya. Dengan adanya aktivitas



#### Hak Cipta Diindungi 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.

konsumen, perusahaan dapat mengetahui kegiatan apa saja yang dapat dilakukan oleh pasar sasarannya, sehingga mempermudah perusahaan untuk menciptakan strategi-strategi dan informasi yang didapat tersebut. Aktivitas konsumen dapat diukur melalui indikator hobi, kerja, acara sosial, liburan, hiburan, dan keanggotaan perkumpulan.

#### 2. Minat (*Interest*)

Memfokuskan pada preferensi dan prioritas konsumen. Interest merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu memahami minat pelanggannya, dapat memudahkan perusahaan dalam menciptakan ide-ide guna mempengaruhi proses pembelian pada pasar sasarannya. Dengan memahami minat konsumen, yang terdiri dari faktor keluarga, perusahaan dapat mengenali peran yang relative dominan antara suami, istri, dan anak yang mempengaruhi dalam membeli produk dan jasa. **Solomon (2009)** mengungkapkan bahwa minat terdiri dari keluarga, rumah tangga, pekerjaan, kelompok masyarakat, rekreasi, mode pakaian, makanan, media dan prestasi.

#### 3. Pendapat (*opinion*).

Menyelidiki pandangan dan perasaan mengenai topik-topik peristiwa dunia, lokal, moral, ekonomi dan sosial masyarakat, nilai-nilai dan sikapnya, tahap pembangunan ekonomi, hukum dan hubungannya. Opinion merupakan pendapat dari setiap konsumen yang berasal dari pribadi mereka sendiri. opini dapat terdiri dari konsumen itu sendiri, isu-

#### Hak Cipta Diindungi 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.

isu sosial, ekonomi, pendidikan. Ekonomi dapat dan sedang berubah dengan cepat. Efeknya bisa menjadi sangat jauh dan membutuhkan perubahan dalam strategi pemasaran oleh setiap perusahaan. Isu politik juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen dalam negara yang sama biasanya memiliki lingkungan politik yang sama pula, tetapi politik juga dapat mempengaruhi peluang bisnis dalam tingkat lokal maupun internasional. Beberapa perusahaan bisnis telah menjadi sangat sukses dengan mempelajari lingkungan politik dan menyusun strategi yang memanfaatkan peluang yang terkait dengan perubahan dimensi politik.

## 2.2 Label Halal

### 2.2.1 Pengertian Label Halal

Menurut **Fandy Tjiptono (2013)** label adalah bagian dari suatu produk yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Label merupakan kombinasi antara tulisan dan gambar atau salah satu diantara keduanya yang dicetak lalu ditempelkan di bungkus produk. Hal tersebut dilakukan agar dapat memberikan informasi secara menyeluruh dengan hanya melihat bungkusnya. Menurut Satyahadi pencantuman sebuah label pada suatu produk sangat penting dilakukan dengan tujuan untuk memberikan identitas. Adanya pelabelan pada suatu produk, konsumen tidak akan mengalami kesulitan dalam membedakan sebuah produk. Dan konsumen jadi lebih mudah dalam menentukan pilihan sesuai yang diinginkan dan dibutuhkan.

**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.

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan menyebutkan label adalah setiap keterangan mengenai suatu produk yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada produk, dimasukkan ke dalam, ditempel dan menjadi bagian kemasan produk. Label tersebut terdiri dari:

1. Nama Produk
2. Daftar Bahan Yang Digunakan
3. Berat bersih atau isi bersih
4. Nama dan alamat pihak produksi ada dalam wilayah Indonesia
5. Tanggal, bulan, dan tahun kedaluarsa

Halal berasal dari bahasa Arab yaitu halla yang berarti lepas atau tidak terikat. Dalam istilah fiqih, halal ialah segala sesuatu yang boleh dikerjakan atau dimakan. Menurut Departemen Agama yang dimuat dalam Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 518 Tahun 2001 tentang Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal, halal adalah tidak terdapat didalamnya unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam. Halal dalam kehidupan sehari-hari digunakan untuk makanan dan minuman yang diperbolehkan untuk dikonsumsi dalam Islam. Dalam arti luas halal terdiri dari segala yang dilakukan manusia mulai dari sikap, kegiatan sehari-hari, atau cara berpakaian dan lain sebagainya yang tidak dilarang atau diperbolehkan sesuai syariat Islam.

#### Hak Cipta Diindungi 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.

Label halal adalah sebuah logo yang tersusun dari huruf-huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran. Selain itu, label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikasi halal dari instansi pemerintah yang berwenang. Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa produk sudah sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal menjadi syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk yang diperoleh dari instansi pemerintah yang berwenang.

Dalam ajaran Islam, mengonsumsi yang halal, suci, dan baik merupakan perintah agama dan hukumnya adalah wajib. Mengonsumsi makanan dan minuman yang halal akan menjadi ibadah yang mendatangkan pahala serta memberikan kebaikan dunia dan akhirat dilandasi iman dan takwa.

#### 2.2.2 Syarat Produk Halal

Produk halal merupakan produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Syarat kehalalan sebuah produk yaitu:

1. Tidak mengandung daging babi dan bahan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan, seperti bahan yang berasal dari organ tubuh manusia, darah, kotoran, dan lain sebagainya.

#### 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.

3. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menyebut nama Allah dan sesuai tata cara yang diatur dalam syariat Islam.
4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, tempat pengolahan, dan transportasi tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan sesuai dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam.
5. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar.

Sebagai umat muslim, mengkonsumsi produk halal adalah hal yang wajib dilakukan. Dalam mengkonsumsi harus memperhatikan label halal pada setiap kemasan produk agar mendapatkan jaminan halal pada produk makanan dan minuman.

### 2.2.3 Tujuan Pencantuman Label Halal

Pencantuman label halal pada sebuah produk terutama produk makanan dan minuman merupakan hal yang sangat penting. Adanya pencantuman label halal pada sebuah produk akan memberikan informasi dan memudahkan konsumen mengetahui kehalalan atau keharaman dari produk yang akan dikonsumsi tersebut. Pencantuman label halal pada suatu produk kemasan dilakukan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen muslim, selain itu juga memberikan rasa aman dan nyaman dalam menggunakan produk terutama produk makanan dan minuman kemasan. Dengan adanya label halal, konsumen tidak perlu ragu dalam

#### Hak Cipta Diindungi 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.

membeli produk makanan dan minuman karena sudah terdapat Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang melindungi konsumen dari produk-produk berbahaya.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah dirumuskan hak-hak dan kewajiban konsumen sebagaimana yang terdapat dalam pasal 4 dan 5 yang meliputi hak-hak dan kewajiban konsumen dalam membeli dan mengonsumsi suatu produk. Berikut akan disebutkan pasal-pasal tersebut. Dalam pasal 4 tentang hak-hak konsumen di Indonesia mencakup sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/ atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/ atau jasa serta mendapatkan barang dan/ atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk dapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

#### 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.

8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, rugi dan/ atau penggantian, apabila barang dan/ atau jasa yang diterima tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dalam pasal 5 tentang kewajiban konsumen di Indonesia mencakup sebagai berikut:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/ atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
2. Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/ atau jasa.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Dalam perlindungan konsumen hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa memiliki prioritas terpenting. Adanya pelanggaran terhadap hak-hak tersebut akan berpengaruh terhadap kerugian konsumen. Oleh karena itu, barang atau jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan untuk konsumen maka tidak layak diedarkan ke masyarakat. Dalam menjamin suatu barang atau jasa aman untuk dikonsumsi dan tidak

#### Hak Cipta Diindungi 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.

membahayakan, konsumen memiliki hak dalam memilih barang atau jasa yang diinginkan berdasarkan atas informasi yang jujur, jelas, dan benar.

Selain diberikan hak, konsumen juga dibebani dengan kewajiban. Pentingnya kewajiban ini karena pelaku usaha telah memberikan peringatan jelas pada label suatu produk, namun terkadang konsumen tidak memperhatikan peringatan tersebut. Dengan adanya pengaturan kewajiban ini maka pelaku usaha terlepas dari hukum apabila konsumen mengalami kerugian. Oleh karena itu, konsumen agar dapat berhati-hati sehingga terhindar dari hal yang dapat merugikan seperti beritikad baik dalam melakukan transaksi, membayar dengan nilai tukar yang telah disepakati dan mengikuti upaya penyelesaian hukum dengan benar.

Dapat disimpulkan bahwa pemerintah telah memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam melakukan pembelian dan konsumsi suatu produk. Maka sebagai seorang konsumen harus teliti dalam membeli dan mengonsumsi suatu produk, khususnya konsumen muslim perlu memperhatikan kehalalan suatu produk makanan dan minuman.

Adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, secara langsung akan memberikan perlindungan terhadap konsumen serta memberikan rasa aman bagi konsumen khususnya konsumen muslim untuk mengonsumsi produk tersebut. Munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengonsumsi produk yang berlabel halal akan meningkatkan kepercayaan dan minat dalam membeli produk tersebut.



**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.

## 2.2.4 Indikator Label Halal

Pengukuran variabel label halal mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh **Ahmad Tarmizi (2017)** yang menggunakan beberapa indikator sebagai berikut:

1. Gambar logo halal.
2. Tulisan yang menjelaskan kehalalan produk.
3. Kombinasi gambar dan tulisan yang menjelaskan kehalalan produk.
4. Bentuk lainnya yang disertakan dalam pangan yang menjelaskan kehalalan produk dan menempel pada kemasan produk.

## 2.3 Keputusan Pembelian

### 2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut **Kotler (2016)** keputusan pembelian adalah ilmu yang mempelajari bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, mengatur, barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Sedangkan menurut **Tjiptono (2012)** Keputusan Pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah kunci perilaku konsumen, di mana konsumen melakukan tindakan sehubungan dengan konsumsi produk dan jasa yang dibutuhkan. (**Effendi, 2016**).

#### 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.

**Schiffman dan Kanuk (2010)**, Menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa merupakan saat penting bagi kebanyakan pemasar. Sedangkan menurut **Sommad dan Priansa (2014)** keputusan pembelian merupakan suatu rangkaian tindakan fisik maupun mental yang dialami konsumen ketika akan melakukan pembelian produk tertentu.

### 2.3.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Menurut **Kotler dan Keller (2016)**, proses pengambilan keputusan dibagi menjadi kedalam 5 tahap yaitu :

#### 1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan-pembeli mengakui ada masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat dipicu stimulus internal (kebutuhan umum seseorang), atau kebutuhan juga dapat dipicu oleh faktor eksternal (rangsangan pihak luar, misalnya iklan).

#### 2. Pencarian Informasi

Konsumen dapat menyimpan kebutuhan dalam ingatan atau berusaha melakukan pencarian informasi yang berhubungan dengan kebutuhan. Mungkin aktif melakukan pencarian di Web, membicarakannya dengan teman-teman, dan mengumpulkan informasi dengan cara lain.

**Hak Cipta Diindungi 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.

3. Mengevaluasi alternative

Setelah konsumen menggunakan atau mencari informasi sampai kepada berbagai merek melalui beberapa prosedur alternatif pembelian tergantung pada konsumen individual dan situasi pembelian tertentu. Dimana konsumen menggunakan perhitungan yang cermat dan pemikiran logis dan sebagian dari konsumen membeli berdasarkan dorongan dan mengandalkan intuisi.

4. Keputusan Pembelian

Pada tahap evaluasi, konsumen memberikan peringkat terhadap merek dan membentuk niat pembelian, umumnya. Keputusan pembelian akan membeli merek yang paling di sukai. Tetapi dua faktor bisa datang antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah faktor situasional yang tak terduga. Konsumen mungkin membentuk niat pembelian berdasarkan faktor-faktor pendapatan yang di harapkan, manfaat produk yang diharapkan, namun kejadian tidak terduga dapat mengubah niat beli.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah melakukan serangkaian proses hingga membeli produk, konsumen akan baik puas atau tidak puas dan akan terlibat dalam perilaku pasca pembelian yang menarik bagi pemasar. Hal yang menentukan apakah pembeli puas atau tidak puas dengan pembelian

**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.

terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan langsung pada produk.

**2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian**

Menurut **Kotler dan Keller (2012)**, Dalam buku **Somad dan Apriansa (2014:90)** Ada 4 faktor yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan, yaitu:

**Tabel 2.1**  
**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian**

<b>Budaya</b>	<b>Sosial</b>	<b>Kepribadian</b>	<b>Psikologis</b>
1). Budaya	1). Kelompok	1). Umur	1). Motivasi
2). Kebiasaan	acuan	2). Siklus hidup	2). Persepsi
3). Keinginan	2). Keluara	3). Pekerjaan	3). Sikap
4). Perilaku yang dipelajari di lingkungan sekitar	3). Peran	4). Situasi ekonomi	4). Perhatian
	4). Status	5). Gaya hidup	5). Pembelajaran
		6). Konsep diri	6). Pengetahuan
		7). Kepribadian	7). Keyakinan

1. Faktor Budaya

Faktor budaya terdiri dari beberapa sub yang berkaitan, antara lain :

1). Budaya

Menentukan penentu keinginan dan perilaku yang mendasar terdiri dari kumpulan nilai, preferensi dan perilaku yang memberikan pengaruh kepada konsumen.

**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.

2). Sub Budaya

Banyaknya Sub-budaya yang membentuk segmen pasar yang penting, dan organisasi bisnis sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

3). Kelas Sosial

Kelas Sosial berkaitan dengan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal.

2. Faktor Sosial

1). Kelompok Acuan

Kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku konsumen tersebut. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap pelanggan dinamakan kelompok keanggotaan. Beberapa kelompok keanggotaan merupakan kelompok primer seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja yang berinteraksi dengan konsumen secara terus menerus dan informal. Selain itu terdapat kelompok sekunder seperti kelompok keagamaan, profesi dan asosiasi perdagangan yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin.

2). Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi acuan primer yang paling berpengaruh. Kehidupan pembeli dapat dibedakan

#### Hak Cipta Diindungi 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.

menjadi dua yaitu kelompok orientasi terdiri dari saudara kandung seseorang.

#### 3). Peran dan Status

Konsumen berpartisipasi dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya, misalnya keluarga, klub, organisasi. Kedudukan konsumen dalam kelompok tersebut ditentukan berdasarkan peran dan statusnya. Peran merupakan kegiatan-kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh pelanggan masing-masing peran mengharapkan status.

#### 3. Faktor Pribadi

##### 1). Usia dan Tahap Siklus Hidup

Konsumen mengkonsumsi produk yang berbeda-beda sepanjang hidupnya. konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga. Organisasi bisnis sering memilih kelompok-kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sasaran mereka.

##### 2). Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi

Pekerjaan juga mempengaruhi pola konsumsi. Organisasi bisnis pada umumnya berusaha mengidentifikasi kelompok profesi yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk mereka. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang misalnya penghasilan yang dapat dibelanjakan (level, kestabilan, pola waktu), tabungan dan aktiva, utang dan menabung. Organisasi bisnis yang peka terhadap harga terus menerus memperhatikan kecenderungan penghasilan pribadi, tabungan dan tingkat suku bunga.

#### 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.

### 3). Gaya Hidup

Gaya hidup menggambarkan keseluruhan konsumen yang berinteraksi dengan lingkungannya. Organisasi bisnis bisa mencari hubungan antara produk mereka dan kelompok gaya hidup. Dengan demikian, organisasi bisnis dapat lebih jelas mengarahkan mereka ke gaya hidup orang yang berprestasi.

### 4). Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian adalah ciri psikologis manusia yang menghasilkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi. Konsep diri atau sering disebut dengan citra pribadi merupakan bagian dari kepribadian pelanggan. Pemasar berusaha mengembangkan citra merek yang sesuai dengan citra pribadi konsumen.

### 4. Faktor Psikologis

#### 1). Motivasi

Pelanggan memiliki banyak kebutuhan. Beberapa kebutuhan tersebut bersifat biogenis, yaitu kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman. Sedangkan yang lainnya bersifat psikogenis yaitu kebutuhan yang muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa keanggotaan

#### 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.

kelompok. Kebutuhan akan menjadi motif jika ia didorong hingga mencapai level intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang mendorong konsumen untuk bertindak.

#### 2). Persepi

Pelanggan yang termotivasi akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh konsumen untuk memilih, mengorganisasi, dan atau menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik, namun juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar keadaan individu konsumen.

#### 3). Pembelajaran

Pembelajaran meliputi perilaku konsumen yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia adalah hasil belajar. Pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan antara pendorong, rangsangan, isyarat bertindak, tanggapan dan penguatan.

#### 4). Keyakinan dan Sikap

Melalui bertindak dan belajar, konsumen mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya kemudahan mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Keyakinan adalah gambaran pemikiran yang dianut konsumen tentang gambaran sesuatu. Keyakinan konsumen tentang produk atau merek mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Tentu saja organisasi bisnis sangat tertarik dengan keyakinan yang ada dalam



#### Hak Cipta Diindungi 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.

pikiran pelanggan, dimana pelanggan akan bertindak berdasarkan citra tersebut. Jika beberapa keyakinan keliru dan menghambat pembelian, maka organisasi bisnis ini akan meluncurkan kampanye untuk mengoreksi keyakinan tersebut. Sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari konsumen terhadap suatu objek.

#### 5. Peran dan Status

Semakin tinggi peran seseorang dalam organisasi maka semakin tinggi pula status seseorang dalam organisasi tersebut dan secara langsung dapat berdampak pada perilaku pembelinya.

#### 2.3.4 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut **Tjiptono (2012)**, Indikator-indikator Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut:

##### 1. Pilihan Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain.

##### 2. Pilihan Merk

Konsumen harus memutuskan merk mana yang dibelinya. Dalam hal ini, perusahaan harus tahu bagaimana konsumen memilih sebuah merk, apakah berdasarkan ketertarikan, kebiasaan atau kesesuaian.

#### 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.

### 3. Pilihan saluran pembelian

Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur, contohnya faktor lokasi, harga, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan berbelanja, keluasan tempat dan lainnya.

### 4. Waktu Pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian dapat berbeda-beda, misalnya ada yang membeli setiap hari, seminggu sekali sebulan sekali dan sebagainya.

### 5. Jumlah Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat.

## 2.4 Hubungan Antar Variabel

### 2.4.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut **Engel, Blackwell, Miniard (2012)**, Bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah perbedaan individu yang terdiri dari sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup dan demografi. Maka dari itu gaya hidup adalah salah satu untuk menarik konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut.

Hubungan Gaya Hidup dengan Keputusan pembelian memiliki pengaruh yang positif. Gaya hidup merupakan salah satu perilaku yang

**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.

berkembang selaras dengan pola kehidupan modern saat ini. Pada dasarnya manusia termotivasi untuk hidup bersenang-senang dan melakukan aktivitas.

#### **2.4.2. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian**

Labelisasi halal adalah pencatuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Adri Haryadi (2022) dengan judul Pengaruh Label Halal, Pendapatan, Harga dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Di Kota Pekanbaru. Memperoleh hasil dan kesimpulan bahwa label yang terdapat pada kemasan merupakan suatu hal yang penting. Karena dengan adanya label tersebut maka konsumen akan mengetahui informasi produk seperti label halal, komposisi bahan dan beberapa hal lainnya.

Labelisasi halal mempunyai tujuan untuk memenuhi tuntutan pasar (pasar) secara universal. Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, maka akan secara langsung memberikan pengaruh bagi konsumen khususnya masyarakat muslim untuk memakan atau meminum produk tersebut. Munculnya rasa aman dan nyaman dalam memproduksi produk tersebut akan meningkatkan kepercayaan serta minat belinya.

#### **2.5 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian saat ini adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang 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. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Variable	Hasil
1	Nicky Oktaviani (2019)	Pengaruh label halal dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan impor (pada masyarakat muslim kota Metro)	Variabel (X) Label halal, gaya hidup Variabel (Y) Keputusan pembelian	Label halal, dan gaya hidup berpengaruh dalam pembelian produk makanan olahan impor (pada masyarakat muslim kota Metro)
2	Imam Utomo (2020)	Pengaruh gaya hidup terhadap Keputusan Pembelian konsumen aroma bakery & cake shop (studi kasus konsumen kabupaten serdang begadai)	Variabel (X) Gaya hidup Variabel (Y) Keputusan Pembelian	Gaya hidup,berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen terhaap aroma bakery & cake shop (studi kasus konsumen kabupaten serdang begadai)
3	Karsih Nuraeni (2019)	Pengaruh gaya hidup, label halal, dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah (Studi Pada Mahasiswi Konsentrasi Pemasaran Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa Tahun Angkatan 2015)	Variabel (X) gaya hidup, label halal, dan harga Variabel (Y) keputusan pembelian	gaya hidup, label halal, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah (Studi Pada Mahasiswi Konsentrasi Pemasaran Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas

**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.

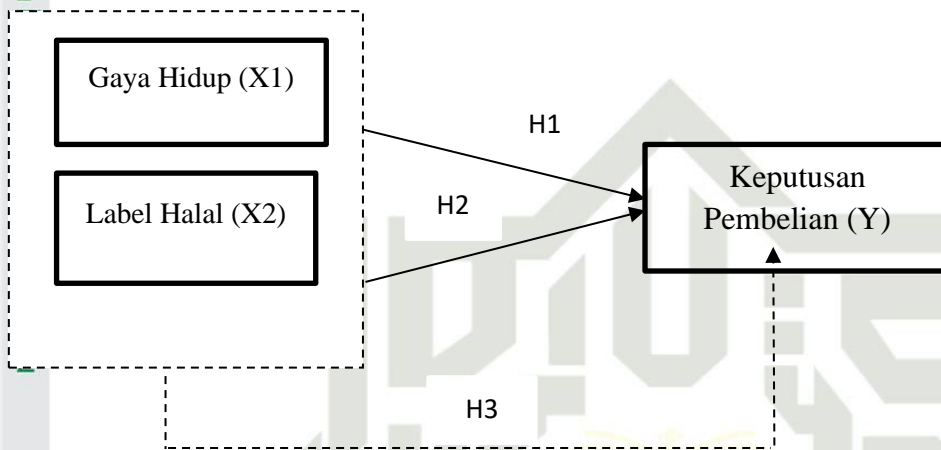
				Pelita Bangsa Tahun Angkatan 2015)
4	Rani Robbiyati (2021)	Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan impor menurut ekonomi islam (studi kasus mahasiswa jurusan ekonomi syariah konsumen mie samyang berlogo halal)	Variabel (X) Pengaruh label halal Variabel (Y) keputusan pembelian	Menunjukkan bahwa label halal berpengaruh terhadap pembelian produk makanan impor menurut ekonomi islam (studi kasus mahasiswa jurusan ekonomi syariah konsumen mie samyang berlogo halal)
5	Alfiatun Nisa (2018)	Pengaruh gaya hidup (life style) an labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah (studi kasus pada mahasiswi FEB IAIN Purwokerto)	Variabel (X) Pengaruh gaya hidup, label halal Variabel (Y) keputusan pembelian	Menunjukkan bahwa, gaya hidup label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah (studi kasus pada mahasiswi FEB IAIN Purwokerto)

## 2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang diajukan untuk penelitian ini didasarkan pada hasil telaah teoritis seperti yang diuraikan sebelumnya. Berdasarkan tinjauan dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun sebuah kerangka pemikiran teoritis untuk lebih memudahkan pemahaman tentang kerangka pemikiran penelitian ini, dalam kerangka pemikiran terdapat beberapa variabel diantaranya: Gaya hidup, Labelisasi Halal dan Keputusan Pembelian. Kerangka pemikiran yang diajukan untuk penelitian ini didasarkan pada hasil telaah teoritis seperti yang diuraikan sebelumnya. Untuk lebih memudahkan

pemahaman tentang kerangka pemikiran penelitian ini, maka dapat dilihat dalam gambar berikut:

**Gambar 1 : Kerangka Pemikiran**



**Keterangan:**

-----> : *Hubungan secara parsial*

- - - -> : *Hubungan secara simultan*

**X1** : *Gaya Hidup*

**X2** : *Label Halal*

**Y** : *Keputusan Pembelian*

Hak Cipta Diindungi 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

## 2.7 Hipotesis

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di latar belakang masalah serta berpegang pada telaah pustaka yang masih bersifat teoritis, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Diduga pengaruh gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kekininian Mixue (studi pada pelajar di kecamatan Tuah Madani)
- H2 : Diduga labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kekininian Mixue (studi pada pelajar di kecamatan Tuah Madani)
- H3 : Diduga pengaruh gaya hidup dan labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kekininian Mixue (studi pada pelajar di kecamatan Tuah Madani)

## 2.8 Konsep Operasional Variabel

Konsep operasional variabel adalah sebagai berikut :

**Tabel 2.3**  
**Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Gaya hidup (X1)	Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dalam lingkungannya. <b>(Kotler dan Keller, 2012).</b>	a. Kegiatan ( <i>Activities</i> ) b. Minat ( <i>Interest</i> ) c. Pendapat ( <i>Opinion</i> ) <b>(Kotler dan Keller, 2012).</b>	Likert

**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.

Label Halal (X2)	Label adalah bagian dari suatu produk yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Label merupakan kombinasi antara tulisan dan gambar atau salah satu diantara keduanya yang dicetak lalu ditempelkan di bungkus produk ( <b>Fandy Tjiptono,2013</b> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Gambar logo halal.</li> <li>b. Tulisan yang menjelaskan kehalalan produk.</li> <li>c. Kombinasi gambar dan tulisan yang menjelaskan kehalalan produk.</li> <li>d. Bentuk lainnya yang disertakan dalam pangan yang menjelaskan kehalalan produk dan menempel pada kemasan produk. (<b>Ahmad Tarmizi,2017</b>)</li> </ol>	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah ilmu yang mempelajari bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, mengatur, barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Menurut ( <b>Kotler,2016</b> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>a.Pilihan Produk</li> <li>b.Pilihan Merk</li> <li>c.Pilihan Saluran Pembelian</li> <li>d.Waktu pembelian</li> <li>e.Jumlah pembelian (<b>Tjiptono,2012</b>)</li> </ol>	Likert



Hak Cipta Diindungi 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.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru.

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2023 sampai dengan bulan Juni 2023.

#### 3.2 Jenis dan Sumber Data

##### 3.2.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2014) Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer yang dimaksud adalah data yang berhubungan dengan variable Gaya Hidup, Label Halal dan Keputusan Pembelian.

##### 3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara, data sekunder biasanya dibuktikan dengan fakta. Data sekunder ini telah tersedia, sehingga peneliti hanya perlu mencari dan mengumpulkannya. Data ini diperoleh melalui studi kepustakaan (library research) berupa buku-buku, literatur-literatur, laporan hasil penelitian, karya ilmiah, dan berbagai instansi yang berkaitan dengan penelitian.

Hak Cipta Diindungi 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.

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Mamang dan Sopiah (2010) dalam Nababan (2017) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi atas subyek atau obyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Dalam pengambilan data yang menjadi populasi untuk penelitian ini adalah Pelajar SMP dan SMA yang berada di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru pada tahun 2023. Jumlah populasi penelitian ini tidak diketahui secara jelas.

#### 3.3.2 Sampel

Menurut Mamang dan Sopiah (2010) dalam Nababan (2017) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Pengambilan sampel ini dilakukan menggunakan metode Purposive Sampling, yaitu tehnik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, atau penarikan sampel dengan sengaja dan bertujuan untuk memecahkan persoalan yang timbul tersebut. Hal ini dilakukan dengan mengumpulkan data sebanyak-banyaknya dari informan. Pertimbangan tertentu ini contohnya yaitu informan tersebut dianggap tahu tentang apa saja yang

**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.

kita tanyakan atau kita harapkan tentang masalah yang akan kita pecahkan sehingga memudahkan peneliti untuk memecahkan masalah yang ada.

**(Sugiyono, 2010).**

Pengambilan sampel dengan menyebarkan kuisioner secara acak kepada pelajar yang beralamat di Tuahmadani Kecamatan Tuah Madani. Dengan pertimbangan tersebut, maka kriteria dalam memilih sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Masyarakat yang berstatus Pelajar SMP DAN SMA
2. Pelajar yang pernah membeli minuman kekinian Mixue pada tahun 2023.
3. Pelajar masyarakat Kelurahan Tuah Madani Kecamatan Tuah Madani pada tahun 2023.

**Ferdinand dalam Ruianti (2015)** mengatakan penentuan jumlah sampel yang representatif tergantung pada jumlah indikator dikali 5 hingga 10, sehingga jumlah sampel yang representatif pada penelitian ini :

$$\begin{aligned} \text{Sampel yang diinginkan} &= \text{jumlah indikator} \times 7 \\ &= 12 \times 7 \\ &= 84 \end{aligned}$$

Dengan mengacu pada pendapat tersebut berdasarkan pertimbangan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 84 orang.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

**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.

### 3.4.1 Kuisiner

Kuisiner adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini pertanyaan dalam kuisiner disusun sesuai dengan urutan variabel yang sesuai dengan dimensi, tujuannya agar pertanyaan dalam kuisiner tidak menyimpang dari tujuan penelitian.

### 3.4.2 Skala Pengukuran Data

Dalam penelitian ini menggunakan skala likerts. Menurut Sugiyono (2014:132) skala likerts digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Maka dalam penelitian ini hanya digunakan lima kategori diantaranya :

1. Sangat setuju (SS) dengan skor = 5
2. Setuju (S) dengan skor = 4
3. Netral (N) dengan skor = 3
4. Tidak setuju (TS) dengan skor = 2
5. Sangat tidak setuju (STS) dengan skor = 1

### 3.5 Teknik Analisis data

Analisis data menggunakan analisis kuantitatif, untuk melihat apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian pada studi pada pelajar Kecamatan Tuah Madani.

Analisis deskriptif meliputi penyajian data dengan table, grafik, diagram lingkart, pictogram, perhitungan mean, maksimum dan minimum. Analisis ini

#### Hak Cipta Diindungi 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.

tidak dilakukan signifikan dan tidak ada taraf kesalahan karena tidak bermaksud membuat generalisasi.

### 3.5.1 Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Menurut **Sugiyono (2007:48)**, pengujian validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian yang valid adalah bila terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) valid berarti instrumen dapat digunakan untuk mengukur data seharusnya diukur.

Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban kuesioner dari responden benar-benar sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak. Validitas suatu instrument akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang akan digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Suatu item dikatakan valid jika nilai  $r$  hitung harus berada di atas 0,214 hal ini dikarenakan jika nilai  $r$  hitung lebih kecil dari 0,214 berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya dari pada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid. Berikut adalah hasil pengujian validitas instrumen yang di gunakan dalam penelitian ini.

#### 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.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Noor (2011) Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban seseorang item-item pertanyaan didalam kuesioner, adapun kriteria uji reliabilitas adalah dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) untuk masing-masing variabel. Dimana suatu variabel dilakukan realibel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.60$ .

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Adapun uji asumsi klalsik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normallitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas.

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:160), Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak, untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak, dilakukan uji statistis Kolmogorov-Smimov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikan  $> 0,05$ . Dan dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### 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.

2. Jika data menyebar jauh dari regional dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali, (2013:139), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan/variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar analisis :

1. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

### 3. Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2013:105) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Cara mendeteksi terhadap adanya multikolinieritas dalam model regresi adalah sebagai berikut :

1. Besarnya *Variance Inflation Factor* (VIF), pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu  $VIF \leq 10$ .

**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.

2. Besarnya Tolerance pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu nilai  $Tolerance \geq 0,1$

#### 4. Uji Autokorelasi

Menurut Suliyanto (2011) Autokorelasi merupakan korelasi atau hubungan yang terjadi antara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam times series pada waktu yang berbeda. Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  jika ada berarti autokorelasi. Dalam penelitian keberadaan autokorelasi diuji dengan Durbin Watson dengan rumus sebagai berikut :

- a. Jika angka D-W dibawah -2 berarti terdapat autokorelasi positif.
- b. Jika angka D-W diantara -2 sampai 2 berarti tidak terdapat autokorelasi
- c. Jika angka D-W diatas 2 berarti terdapat autokorelasi negatif

#### 3.5.3 Uji regresi linear berganda

Teknik regresi linier berganda variabel tergantung dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas sehingga hubungan fungsional antara variabel tergantung dengan variabel bebas.

$$Y = a_1 + b_1X_1 + b_2X_2 \dots, e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta



Hak Cipta Diindungi 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.

$b$  = Koefesien Regresi

$X_1$  = Gaya Hidup

$X_2$  = Labelisasi Halal

$e$  = Tingkat Kesalahan ( error )

### 3.5.4 Uji Hipotesis

#### 1. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah dari variabel independen berpengaruh secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen **Ghozali (2018)**. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ( $X_1$ ) Gaya Hidup dan ( $X_2$ ) Labelisasi Halal berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ ) Keputusan Pembelian. Dalam pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan  $t$  hitung dengan  $t$  tabel 1,989 dengan kriteria sebagai berikut:

$$\begin{aligned} T \text{ tabel} &= t (\alpha/2 : n-k-1) \\ &= t ( 0.025:84-2-1) \\ &= t (0.025:81) \\ &= 1,989 t \end{aligned}$$

1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka :

$H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh secara parsial antara Gaya Hidup dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Mixue di Kecamatan Tuah Madani.

Hak Cipta Diindungi 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.

2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka:

$H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Gaya Hidup dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Mixue di Kecamatan Tuah Madani.

## 2. Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independent (X1: Gaya Hidup, X2: Labelisasi Halal) secara bersama – sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen (Y: Keputusan Pembelian). Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.05 atau 5%, jika nilai signifikan  $F < 0.05$  maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya **Ghozali (2016)**. Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel independent terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut **Ghozali (2016)** :

1). Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  atau  $sig < \alpha$ , maka :

$H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima artinya diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan pengaruh Gaya hidup, Labelisasi Halal terhadap

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.

keputusan pembelian Minuman Kekinian Mixue di Kecamatan Tuah Madani

2). Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , altalu  $sig > \alpha$ , maka :

$H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan pengaruh Gaya hidup, Labelisasi Halal terhadap keputusan pembelian Minuman Kekinian Mixue Kecamatan Tuah Madani

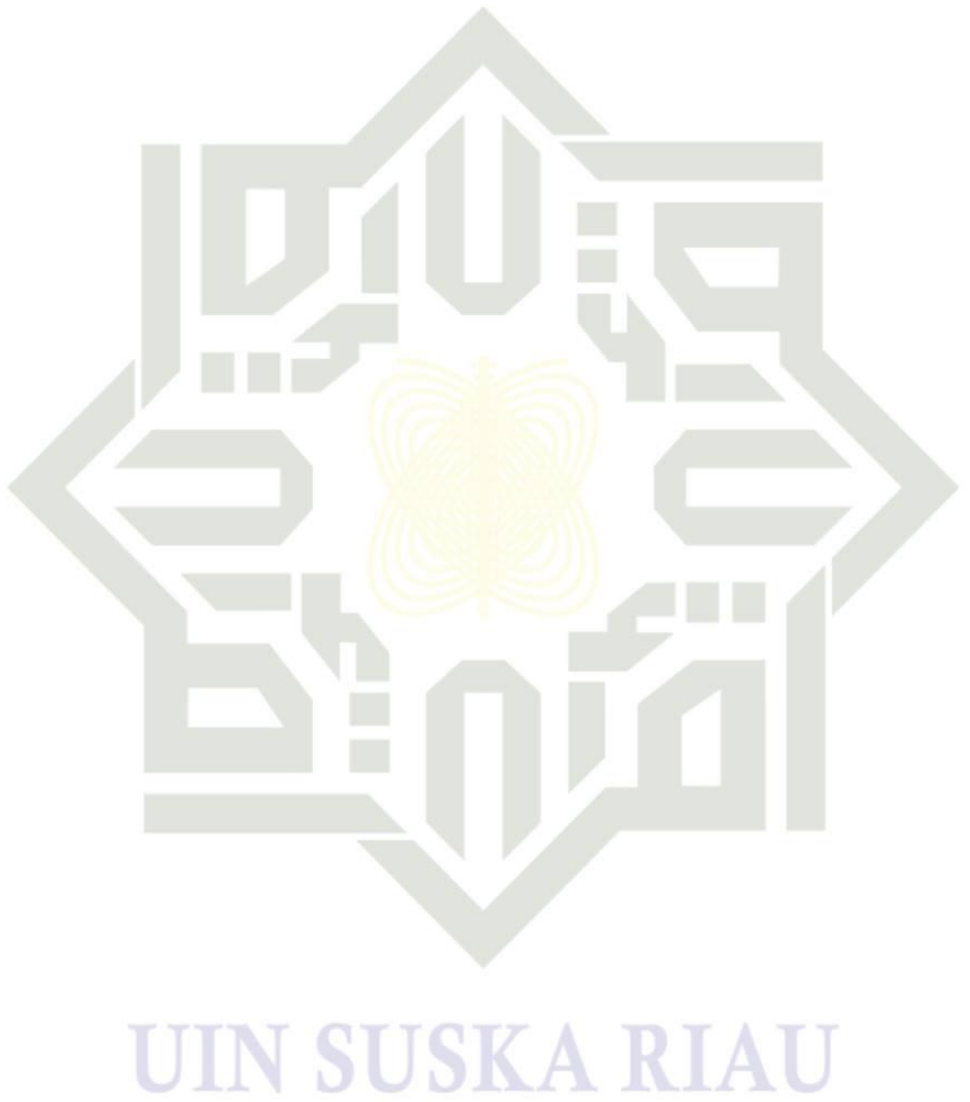
### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dimaksud untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) antara  $0 \leq (R^2) \leq 1$ . Kriteria untuk analisa koefisien determinasi adalah :

1. Jika koefisien determinasi mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* lemah.
2. Jika koefisien determinasi mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* kuat.

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Karena variabel *independent* lebih dari 2, maka koefisien determinasi yang digunakan adalah *Adjusted R Square*. Dari determinan ( $R^2$ ) ini dapat diperoleh nilai untuk mengukur besarnya

sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam persentase



**Hak Cipta Diindungi 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.

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.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pada Juni 1997, Zhang Hongchao, seorang mahasiswa di Universitas Keuangan dan Ekonomi Henan, bekerja paruh waktu di sebuah kios minuman dingin untuk meringankan beban ekonomi keluarga. Pekerjaan tersebut menginspirasi dirinya untuk membuka usahanya sendiri. Ia meminjam uang dari neneknya untuk membuka gerai es serut di kampung halamannya di Zhengzhou, Henan. Di gerai tersebut, ia menjual beragam rasa es serut, es krim, smoothie, dan kemudian menjual teh susu mutiara. Perjuangan usahanya mengalami banyak kendala hingga memutuskan untuk menutup kedai pertamanya. Pada tahun 1999, ia kembali membuka gerai es kedua yang ia beri nama *Mixue Bingcheng* yang bermakna "istana es yang dibangun dengan salju yang manis".

Fokus bisnis Mixue ke produk es krim berawal dari menjamurnya produk kerucut es krim sajian lembut di Zhengzhou sejak 2006. Harga es krim yang meningkat akibat popularitas es krim jenis ini membuat Zhang memformulasikan ulang resep es krim yang dapat dijual dengan harga tak sampai 20 persen dari produk sejenis. Kesuksesannya dalam menjual es krim membuat ia memutuskan untuk memulai bisnis waralaba sejak 2008. Sejak tahun 2010-an Mixue mulai berdiri sebagai perusahaan sendiri dengan mengembangkan skema waralaba ke wilayah lainnya di seantero Tiongkok. Mixue juga mengoperasikan pusat penelitian dan pengembangan di wilayah

#### 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.

lainnya di Henan. Perusahaan ini juga membangun pusat pergudangan dan logistik sehingga biaya rantai produksi yang dikeluarkan dapat serendah mungkin.

#### 4.2 Visi dan Misi Perusahaan

Mixue memiliki Visi dan Misi sebagai berikut :

##### 1. Visi

Ringkas dan berdedikasi, kami berusaha untuk menjadi bisnis terhormat yang berkembang lebih dari 100 tahun.

##### 2. Misi

Memperkuat merek kami. Memperkaya mitra kami. Membawa produk berkualitas tinggi dan terjangkau untuk semua orang di seluruh dunia.

#### 4.3 Logo Mixue



Mixue memiliki logo yang menggambarkan karakter lucu dan meggemaskan yang bernama Snow King. Snow King hadir sejak tahun 2018 sebagai boneka salju dengan wajah yang imut dan lucu yang memegang tongkat es krim. Di sisi lain, karakter dari logo Mixue ini disebut-sebut sebagai malaikat pecari ruk kosong. Hal tersebut disebabkan karena keberadaan Mixue yang dengan cepat mengisi ruko-ruko yang sebelumnya kosong.

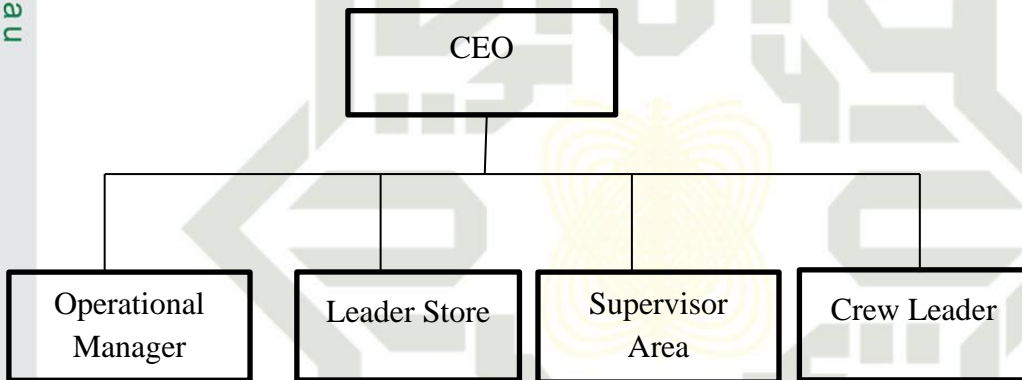
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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.

Mantra Snow King yang memikat adalah “I Love You. You Love Me. Mixue Ice Cream and Tea” yang berarti “ Aku Cinta Kamu. Kamu Cinta Aku. Mixue Es Krim dan Teh”.

**4.4 Struktur Organisasi**

Dalam pengelolaan sumber daya manusia Mixue mengelompokkan ke dalam beberapa bagian berdasarkan fungsi dan tanggung jawab nya. Struktur organisasi Mixue dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Mixue dipimpin oleh seorang CEO yang membawahi :

1. Operational Manager

Wewenang dari operasional manajer memegang supervisor area yang tugasnya yaitu memegang operasional produk di suatu kota khususnya yang berada di Indonesia.

2. Supervisor Area

Mengontrol operasional setiap *store* dan *supervisor* tersebut memegang *store leader*.

#### Hak Cipta Diindungi 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.

### 3. Leader Store

Mengontrol sebuah *store* baik dari *sales*, *service*, dan keseluruhan menjadi tanggung jawab *area store* tersebut, yang memegang operasional keseluruhan di setiap *store* atau cabang *store*.

### 4. Crew Leader

Sebagai *back up leader store* apabila *leader store* tidak ada di tempat atau pengganti *leader store*.

## 4.5 Sejarah Kecamatan Tuah Madani

Sejarah Kecamatan Tuahmadani berkaitan erat dengan sejarah Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Kecamatan Tuahmadani adalah hasil dari Pemekaran Kecamatan Tampan yang di tertuang dalam Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Penataan Kecamatan. Pada Tahun 1987 di Keluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 1987 Tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Pekanbaru dan Kabupaten Daerah Tingkat II Kampar.

Sesuai dengan isi PP No. 19 Tahun 1987 tersebut, terbentuklah Kecamatan Tampan yang terdiri dari beberapa Desa dan Kecamatan dari Kabupaten Kampar yaitu :

1. Desa Simpang Baru dari Kecamatan Kampar
2. Desa Sidomulyo Barat dari Kecamatan Siak Hulu
3. Desa Labuh Baru dari Kecamatan Siak Hulu
4. Desa Tampan dari Kecamatan Siak Hulu



**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.

Wilayah Kecamatan Tampan pada saat itu adalah 59,81 Km<sup>2</sup> yang terdiri dari 4 Kelurahan Yaitu :

1. Kelurahan Simpang Baru
2. Kelurahan Tuah Karya
3. Kelurahan Sidomulyo Barat
4. Kelurahan Delima

Pada tahun 2016 Pemerintah Kota Pekanbaru mengeluarkan Perda No. 04 Tahun 2016, tentang Pembentukan Kelurahan di Kota Pekanbaru. Wilayah Kelurahan di Kecamatan Tampan dimekarkan dari 4 Kelurahan menjadi 9 Kelurahan dengan batas-batas Kecamatan sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Payung Sekaki (Kota Pekanbaru
2. )Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Tambang (Kabupaten Kampar)
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Marpoyan Damai (Kota Pekanbaru)Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Tapung (Kabupaten Kampar)

Wilayah Kecamatan Tampan pada saat itu adalah 59,81 Km<sup>2</sup> yang terdiri dari 9 Kelurahan Yaitu :

1. Kelurahan Simpang Baru
2. Kelurahan Tuah Karya
3. Kelurahan Sidomulyo Barat
4. Kelurahan Delima

#### Hak Cipta Diindungi 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.

5. Kelurahan Tobek Godang (Wilayah Kelurahan berasal dari Kel. Delima dan Kel. Simpang Baru)
6. Kelurahan Binawidya (Wilayah Kelurahan berasal dari Kel. Simpang Baru)
7. Kelurahan Airputih (Wilayah Kelurahan berasal dari Kel. Simpang Baru)
8. Kelurahan Tuahmadani (Wilayah Kelurahan berasal dari Kel. Simpang Baru dan Kel. Tuah Karya)
9. Kelurahan Sialangmunggu (Wilayah Kelurahan berasal dari Kel. Sidomulyo Barat dan Kel. Tuah Karya)

Pada tahun 2020 Pemerintah Kota Pekanbaru menerbitkan Perda Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Penataan Kecamatan. Perda ini berisikan tentang Pemekaran Kecamatan Tampan Menjadi Kecamatan Tuahmadani, serta Pusat Pemerintahan Kecamatan Tuahmadani berkedudukan di Kelurahan Tuahmadani.

Wilayah Kecamatan Tuahmdani saat ini memiliki luas  $\pm 29,84 \text{ Km}^2$  dengan

5 Kelurahan di dalamnya, yaitu :

1. Kelurahan Sidomulyo Barat
2. Kelurahan Sialangmunggu
3. Kelurahan Tuahkarya
4. Kelurahan Tuahmadani dan
5. Kelurahan Airputih.

**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.

## 4.9. Kondisi Umum Kecamatan Tuah Madani

### 4.9.1 Kondisi Geografis

Kecamatan Tuahmadani berbatasan dengan :

- |                 |                            |
|-----------------|----------------------------|
| Sebelah utara   | : Kecamatan Binawidya      |
| Sebelah Timur   | : Kecamatan Marpoyan Damai |
| Sebelah Barat   | : Kabupaten Kampar         |
| Sebelah Selatan | : Kabupaten Kampar.        |

Secara Astronomis terletak Antara  $0^{\circ}29'11.825''$  LU,  $101^{\circ}20'35.4''$ BT dan  $0^{\circ}25'55.4''$ LU  $101^{\circ}25'34.6''$ BT dengan luas wilayah  $\pm 29,84 \text{ KM}^2$ .

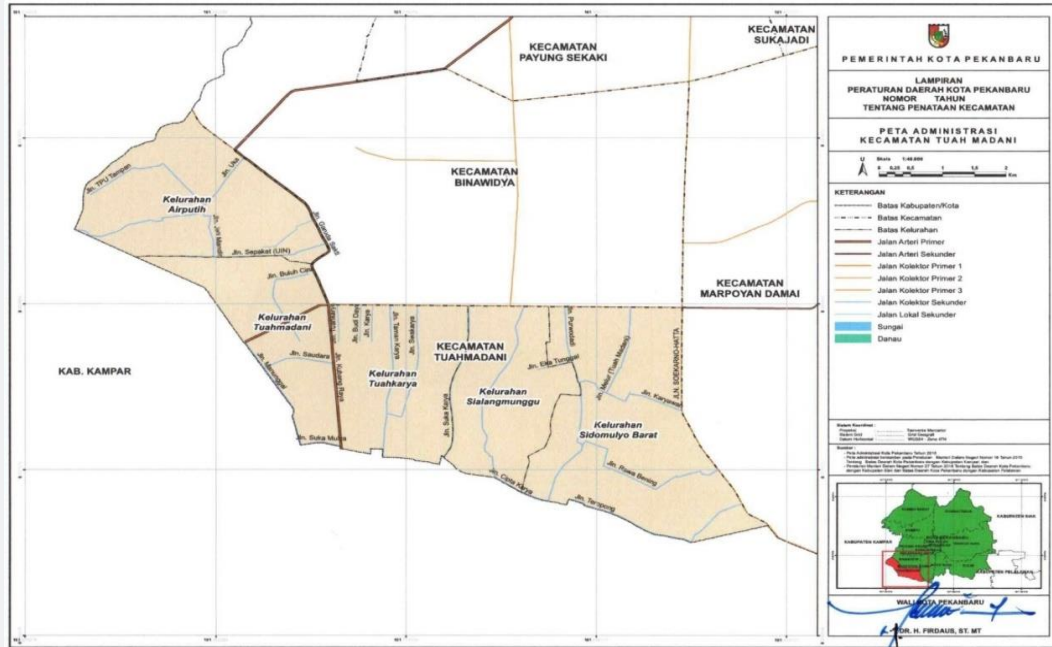
Secara Administratif Kecamatan Tuahmadani dibagi menjadi 5 Kelurahan yaitu:

- a. Kelurahan Airputih;
- b. Kelurahan Sialangmunggu;
- c. Kelurahan Sidomulyo Barat;
- d. Kelurahan Tuahkarya; dan
- e. Kelurahan Tuahmadani.

**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.

**Gambar 4.1**  
**Peta Wilayah Kecamatan Tuah Madani**



**4.9.2 Kondisi Demografi**

Sebagian besar penduduk Kecamatan Tuahmadani adalah pendatang, sementara penduduk asli tempatannya adalah etnis Melayu Kampar karena sejatinya wilayah Tuahmadani dasarnya adalah Wilayah Kabupaten Kampar.

Pada saat ini Kecamatan Tuahmadani adalah salah satu Kecamatan yang padat penduduk di Kota Pekanbaru di samping letak nya sangat strategis karena berada dekat dengan jalan lintas yang menghubungkan antar Provinsi dan juga Kabupaten terdapat pula perguruan Tinggi Negeri yang menyumbang penduduk tidak tetap di Kecamatan Tuahmadani.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

**Tabel 4.1**  
**Data Kependudukan Kecamatan Tuah Madani**

Kelurahan	RT	RW	Penduduk		Jumlah penduduk
			Laki-laki	Perempuan	
AIR PUTIH	64	10	12.897	11.672	24.569
SIALANG MUNGGU	127	32	24.188	24.532	48.720
SIDOMULYO BARAT	117	28	25.543	24.058	49.601
TUAH KARYA	85	19	24.521	23.347	47.868
TUAH MADANI	31	8	10.781	9.243	20.024
Total	424	97	97.930	92.843	190.782

Sumber : Kantor Camat Tuah Madani

Mata pencaharian penduduk di Kecamatan Tuahmadani sangat beragam mulai dari pedagang, pegawai pemerintahan, karyawan swasta, supir, dan lain-lain. Mayoritas dari penduduk beragama Islam, terlihat dengan banyaknya Masjid yang ada didalam lingkup wilayah Kecamatan Tuahmadani.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarangi 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.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Hasil penelitian Pengaruh Gaya Hidup dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Mixue (Studi Pada Pelajar di Kecamatan Tuah Madani) dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

- a) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, secara parsial variabel Gaya Hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada pelanggan Pelajar Mixue Tuah Madani.
- b) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, secara parsial variabel Labelisasi Halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada pelanggan Pelajar Mixue Tuah Madani.
- c) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, secara simultan variabel Gaya Hidup, Labelisasi Halal, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian secara simultan pada pelanggan Pelajar Mixue Tuah Madani

#### **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis menyadari masih terdapat banyak keterbatasan dan kekeliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat. Berikut adalah beberapa saran yang penulis harapkan dapat diimplementasikan kedepannya :

**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.

1. Bagi perusahaan agar lebih memperhatikan labelisasi halal sebagai bentuk cara agar mempertahankan konsumen untuk tetap terus membeli produk Mixue.
2. Gaya Hidup merupakan variabel yang paling dominan, oleh karena itu diharapkan kepada perusahaan Mixue agar tetap mempertahankan existensi dalam mengikuti *trend* yang sedang ada untuk mempertahankan konsumen selalu mengkonsumsi Mixue.
3. Bagi perusahaan, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan dengan upaya menarik keputusan pembelian konsumen dengan tetap memperhatikan variabel Gaya Hidup, Labelisasi Halal terhadap Konsumen di Toko tersebut.
4. Bagi Peneliti selanjutnya, hendaknya menambahkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis yang berbeda sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amad Tarmizi dan Ulyah, (2017), *Pengaruh Tanggal Kadaluarsa dan Label Halal Pada Kemasan Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Sungai Terap Muaro Jambi*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 17., No. 1., h. 51.
- Arif Sali Husin, Nevi Hasnita, et.al. (2019), *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal Dikalangan Masyarakat Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah Volume 3., No. 1., h. 4.
- Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 8.
- Bachari, N.Q dan Indrawati, K.R. (2020). *Persepsi Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek: Apakah Selalu Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen?.* Jurnal Psikologi. Volume 6 No.2
- Burhanuddin, (2011), *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, (Malang:UIN-Maliki Press), Cet. Ke-1, h. 140.
- Diana Lusi Lestari, 2020, “*Pengaruh Merek, Negara Asal (Country of Origin) dan Label Halal Terhadap Sikap Konsumen Dalam Memilih Produk Kosmetik. (Studi Kasus Pada Pelanggan Produk Wardah di Kudus*” , (Skripsi: Institut Agama Islam Kudus, ), h. 30
- Era Susanti, Nilam Sari, et.al. (2018), *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah Volume 2., No. 1., h. 45.
- Ferinadewi, Erna.(2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*.
- Iris Sutarti, “*Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syariah di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis*”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, Vol. 8, No. 1, (Tahun 2017), hlm. 78
- John C. Mowen dan Michael Minor, (2002), *Perilaku Konsumen*, alih bahasa oleh Lina Salim, Jakarta: Erlangga, Ed. V, h. 6.
- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, (2006), *Marketing Management Twelfth Edition*.
- Kotler Dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, Ed. 12

### 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.



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.

- Hawati Rahayu Ningsih, (2010), *Perilaku Konsumen, Pengembangan Konsep, dan Praktek Dalam Pemasaran*, Kudus: Nora Media Enterprise
- Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, (2008), *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*, Pengalih Bahasa Drs. Zoelkifli Kasip, (Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang.), Cet.4, h. 6.
- Muchith A. Karim, (2013), *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan Dalam Mengonsumsi Produk Halal*, (Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.), Cet. Ke-1, h. 111.
- Nugroho J. Setiadi, (2013), *Perilaku Konsumen*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group PP RI, Nomor 69 tahun 1996, *Label dan iklan Pangan*, (Diakses pada 16 Oktober, pukul 11.55)
- Riki Hanri Malau, (2019), *Analisis perilaku konsumen muslim ketika berbelanja dan bersantai ditempat kuliner modern untuk melaksanakan ibadah sholat (studi pada plaza dan mall di kota pekanbaru)*, Jurnal Al-Iqtishad, Edisi 15 Volume I
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Sri Wahyuni, Daharmi Astuti, (2020), et.al., *Pengaruh Label Halal Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Produk Makanan Ringan UMKM Di Kota Dumai*, Jurnal Bisnis Ekonomi Halal Volume 1., No. 2., h. 44.
- Sri Kasnelly dan Abd. Jalil, “*Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal Di Kuala Tungkal*”, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 2 Edisi 1, Juni 2019, hlm. 23
- Stegiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta
- Tiptono, F. (2013). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andy
- Utang Sumarwan, (2011), *Perilaku Konsumen*, Bogor: PT GHia Indonesia
- Wan Satria Adilla, (2017). “*Skripsi*”: *Pengaruh Label Halal dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan (Studi Kasus pada Pegawai Dinas Syariat Kota Banda Aceh)*, Banda Aceh, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam,
- Yuli Mutilah Rambe dan Syaad Afifuddin,(2012), “*Pengaruh pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Musli (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washiyah, Medan)*”, Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol 1, No.1,h. 36.



## 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.

## LAMPIRAN

## Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

## KUSIONER PENELITIAN

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABELISASI HALAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KEKINIAN MIXUE (STUDI  
PADA PELAJAR DI KECAMATAN TUAH MADANI)**

Terimakasih atas partisipasi responden untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Kuesioner ini merupakan instrument penelitian yang dilakukan oleh :

**DATA PENELITIAN**

Nama : Duvan Mardrib  
 Status : Mahasiswa  
 NIM : 11970113622  
 Program Studi : S1 Manajemen  
 Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
 Univeraits : UIN Sultan Syarif Kasim Riau

**LEMBAR KUSIONER**

Berilah Pengisian :

1. Berilah tanda (√) pada pilihan yang sesuai dengan pendapat anda.
2. Pilih hanya satu jawaban untuk setiap pernyataan

**A. Identitas Responden**

1. Nama Responden :  (Boleh tidak diisi/Inisial)

**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.

2. Jenis Kelamin :

a. Laki-laki

b. Perempuan

3. Usia

a. 12 tahun  c. 14 tahun  e. 16 tahun

b. 13 tahun  d. 15 tahun  f. 17 tahun ke atas

4. Tingkatan Sekolah

a. SMP

b. SMA

5. Intensitas kunjungan ke Mixue dalam sebulan

a. 1 kali  c. 4-6 kali

b. 2-4 kali  d. > 6 kali

**B. Pilih jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda mengenai beberapa pertanyaan dengan memberi tanda (√) sesuai dengan pilihan dan bobot jawaban yang tersedia pada kolom dengan rincian sbb :**

(5TS) : Sangat Tidak Setuju

(TS) : Tidak Setuju

(N) : Netral

(S) : Setuju

(5S) : Sangat Setuju

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.

## 1. Gaya Hidup

No	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	<b>Aktivitas</b>					
	Mengunjungi Mixue menjadi salah satu tujuan saya dalam memanfaatkan waktu luang selepas melakukan aktifitas belajar maupun aktifitas lainnya					
	<b>Minat</b>					
	Saya membeli karena mengikuti trend saat ini					
3	<b>Opini</b>					
	Saya membeli dikarenakan ikut bahagian dalam gaya hidup kekinian					

## 2. Labelisasi Halal

No	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	<b>Logo Halal</b>					
	Logo halal menjadi identitas sebagai minat dalam mengkonsumsi makanan dan minuman					
2	<b>Tulisan Logo Halal</b>					
	Saya memperhatikan tulisan halal pada toko tersebut					
3	<b>Gambar dan Tulisan</b>					
	Saya percaya bahwa gambar dan tulisan labelisasi halal yang tertera pada prduk					

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi 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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	menjamin kehalalan produk					
4	<b>Bentuk Lainnya</b>					
	Sebelum membeli produk saya melihat terlebih dahulu bahan-bahan atau komposisi yang terkandung pada produk					

**3. Keputusan Pembelian**

No	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	<b>Pilihan Produk</b>					
	Saya membeli Mixue karena memiliki varian rasa yang cukup banyak					
2	<b>Pilihan Merek</b>					
	Saya lebih menyukai Mixue dibandingkan dengan merk lain					
3	<b>Pilihan Saluran Pembelian</b>					
	Saya memutuskan membeli mixue setelah mengetahui berbagai hal seperti produk, harga, pembayaran, dan lainnya					
4	<b>Waktu Pembelian</b>					
	Saya membeli produk Mixue karena outletnya banyak sehingga mudah untuk mendapatkannya					
5	<b>Jumlah Pembelian</b>					
	Saya merasa mengambil keputusan yang tepat saat membeli mixue					

## Lampiran 2

### TANGGAPAN RESPONDEN

#### VARIABEL GAYA HIDUP (X1)

No	Pertanyaan	Pilihan jawaban					Jumlah
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	
1	Mengunjungi Mixue menjadi salah satu tujuan saya dalam memanfaatkan waktu luang selepas melakukan aktivitas belajar maupun aktivitas lainnya	5	11	30	27	11	84
2	Saya membeli karena mengikuti trend saat ini	5	20	34	18	7	84
3	Saya membeli dikarenakan ikut bahagian dalam gaya hidup kekinian	4	18	39	16	7	84
	Jumlah	14	49	103	61	25	252
	Presentase	6%	19%	41%	24%	10%	100%

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

## VARIABEL LABELISASI HALAL (X2)

Pertanyaan	Pilihan jawaban					Jumlah
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	
1. Logo halal menjadi identitas sebagai minat dalam mengkonsumsi makanan dan minuman	1	0	12	24	47	84
2. Saya memperhatikan tulisan halal pada toko tersebut	1	1	13	36	33	84
3. Saya percaya bahwa gambar dan tulisan labelisasi halal yang tertera pada produk menjamin kehalalan produk	1	2	16	40	25	84
4. Sebelum membeli produk saya melihat terlebih dahulu bahan-bahan atau komposisi yang terkandung pada produk	1	3	22	37	21	84
Jumlah	4	6	63	137	126	336
Presentase	1%	2%	19%	41%	37%	100%

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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.



**Hak Cipta Diindungi 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.

**VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN(Y)**

No	Pertanyaan	Pilihan jawaban					Jumlah
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	
	Saya membeli Mixue karena memiliki varian rasa yang cukup banyak	1	6	20	44	13	84
	Saya lebih menyukai Mixue dibandingkan dengan merk lain	4	15	39	20	6	84
3	Saya memutuskan membeli Mixue setelah mengetahui berbagai hal seperti produk, harga, pembayaran,dan lainnya	3	6	38	25	12	84
4	Saya membeli produk Mixue karena outletnya banyak sehingga mudah untuk mendapatkannya	1	4	30	34	15	84
	Saya merasa mengambil keputusan yang tepat saat membeli Mixue	1	6	34	32	11	84
	Jumlah	10	37	161	155	57	420
	Presentase	2%	9%	38%	37%	14%	100%



### Lampiran 3

#### Karakteristi Responden

##### Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Laki-laki	33 orang	39%
2	Perempuan	51 orang	61%

##### Umur

No	Umur	Jumlah Responden	Presentase
1	12 tahun	14 orang	17 %
2	13 tahun	14 orang	17 %
3	14 tahun	10 orang	12 %
4	15 tahun	11 orang	13 %
5	16 tahun	12 orang	14 %
6	17 tahun ke atas	23 orang	27 %

##### Status

No	Status	Jumlah Responden	Presentase
1	SMP	40 orang	48%
2	SMA	44 orang	52%

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- 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.



© Hak

milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta

1. Dilarang

a. Peng

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.

DATA TABULASI

NO RESPONDEN	GAYA HIDUP (X1)			TOTAL X1	LABELISASI HALAL (X2)				TOTAL X2	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y0)					TOTAL Y
	X1.1	X1.2	X1.3		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	3	3	2	8	3	4	2	4	13	3	2	3	4	3	15
2	3	2	3	8	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	10	5	4	4	4	17	4	3	3	3	3	16
4	2	3	3	8	5	5	3	3	16	4	3	3	4	3	17
5	5	3	3	11	4	3	4	3	14	5	5	4	4	5	23
6	3	3	3	9	4	3	4	4	15	4	3	4	3	3	17
7	4	3	3	10	4	4	4	3	15	3	3	3	4	3	16
8	3	4	4	11	5	5	5	4	19	4	3	4	4	4	19
9	3	2	1	6	5	5	3	5	18	4	3	4	3	3	17
10	1	1	1	3	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	5
11	5	2	2	9	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
12	3	3	3	9	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	15
13	3	2	2	7	4	3	3	4	14	3	2	3	4	4	16
14	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24
15	5	3	5	13	5	5	5	5	20	5	4	5	3	5	22
16	4	3	3	10	5	4	3	4	16	4	4	3	4	4	19
17	3	3	3	9	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	15
18	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
19	3	2	4	9	4	4	4	4	16	5	5	3	5	5	23
20	4	4	4	12	5	5	5	3	18	4	3	3	3	4	17
21	4	1	4	9	4	4	4	3	15	4	4	3	4	3	18
22	4	2	3	9	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20
23	2	4	4	10	3	2	3	2	10	2	4	4	4	4	18
24	3	2	2	7	4	4	4	3	15	4	4	4	5	4	21
25	4	2	2	8	5	5	3	3	16	4	3	4	3	3	17
26	3	3	3	9	5	5	5	4	19	4	4	3	4	4	19
27	2	2	2	6	5	5	4	4	18	2	2	2	2	2	10
28	1	3	3	7	5	4	5	4	18	2	1	3	3	3	12
29	4	3	3	10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
30	3	2	2	7	5	5	5	4	19	4	2	4	4	3	17
31	2	2	2	6	4	4	4	4	16	2	2	2	3	2	11
32	3	4	3	10	5	4	4	3	16	3	2	2	4	3	14
33	1	2	2	5	3	3	5	4	15	4	4	2	3	3	16
34	3	3	3	9	4	4	4	3	15	4	3	4	4	4	19
35	2	2	3	7	4	4	3	2	13	2	2	3	2	2	11
36	4	4	4	12	5	5	4	5	19	4	3	4	5	4	20
37	2	3	2	7	3	3	4	3	13	4	3	3	5	4	19
38	1	1	1	3	4	5	4	4	17	3	3	3	3	3	15
39	4	5	4	13	5	5	5	4	19	4	3	4	3	4	18
40	5	4	5	14	3	4	5	5	17	4	3	5	4	5	21

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4	3	3	10	5	5	3	5	18	4	3	5	5	4	21
1	1	1	3	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	20
2	3	2	7	5	5	5	5	20	4	2	3	3	2	14
4	3	2	9	5	5	4	3	17	4	3	4	4	3	18
4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
5	1	2	8	3	4	4	2	13	5	5	5	5	5	25
3	3	3	9	5	4	3	3	15	3	3	3	3	3	15
5	3	3	11	4	3	3	3	13	4	3	5	3	5	20
3	4	3	10	5	4	5	5	19	4	3	3	3	3	16
4	5	5	14	5	5	4	4	18	5	4	4	5	5	23
3	3	3	9	5	4	4	4	17	4	3	3	3	3	16
4	3	4	11	4	3	4	3	14	3	3	3	3	4	16
2	3	3	8	5	4	4	4	17	3	3	2	3	3	14
3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
4	3	3	10	5	4	4	4	17	4	3	3	3	4	17
4	4	4	12	3	3	4	3	13	4	3	3	2	4	16
4	5	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
4	3	3	10	5	5	4	4	18	4	2	3	4	3	16
3	3	3	9	5	5	5	4	19	4	3	3	4	4	18
3	4	4	11	3	4	4	4	15	4	4	5	5	4	22
4	4	4	12	5	5	4	5	19	5	4	5	5	4	23
4	2	3	9	5	5	5	3	18	4	3	4	4	4	19
3	4	3	10	4	4	5	3	16	5	4	4	4	4	21
4	4	3	11	5	5	3	5	18	4	3	5	5	3	20
4	4	4	12	3	4	4	3	14	4	4	4	3	4	19
2	3	3	8	3	4	4	4	15	3	3	3	3	3	15
5	2	2	9	5	5	4	5	19	4	2	3	4	3	16
4	4	3	11	5	3	4	4	16	4	1	1	4	4	14
4	2	2	8	5	4	4	4	17	4	4	3	4	4	19
1	2	2	5	4	4	3	4	15	2	2	2	2	2	10
2	2	2	6	5	5	4	5	19	4	2	4	4	4	18
5	4	5	14	5	3	5	5	18	5	1	1	5	4	16
5	5	5	15	5	5	5	4	19	4	3	4	4	4	19
2	2	4	8	4	4	2	5	15	3	2	3	3	3	14
4	5	4	13	5	5	5	5	20	5	4	4	5	2	20
3	2	3	8	5	3	5	4	17	3	3	3	3	3	15
2	3	3	8	5	4	3	5	17	3	2	3	4	3	15
5	3	3	11	5	5	5	5	20	5	3	5	5	5	23
3	4	3	10	5	5	4	3	17	3	3	3	4	3	16
4	3	3	10	4	4	4	4	16	4	3	3	4	3	17
4	3	3	10	4	4	4	3	15	3	3	3	3	3	15
3	3	2	8	5	5	5	4	19	3	2	3	3	3	14
3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15

- Hak cipta dimiliki oleh UIN Suska Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa merencanakan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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.

## Lampiran 4 : Uji Kualitas Data

### Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Corrected Item Total	R-tabel	Keterangan
		<b>Correlations</b>		
1	Y1	0,854	0,214	Valid
2	Y2	0,798	0,214	Valid
3	Y3	0,809	0,214	Valid
4	Y4	0,766	0,214	Valid
5	Y5	0,848	0,214	Valid

### Gaya Hidup (X1)

No	Pernyataan	Corrected Item Total	R-tabel	Keterangan
		<b>Correlations</b>		
1	X1.1	0,765	0,214	Valid
2	X1.2	0,839	0,214	Valid
3	X1.3	0,878	0,214	Valid

### Labelisasi Halal ( X2)

No	Pernyataan	Corrected Item Total	R-tabel	Keterangan
		<b>Correlations</b>		
1	X2.1	0,845	0,214	Valid
2	X2.2	0,835	0,214	Valid

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

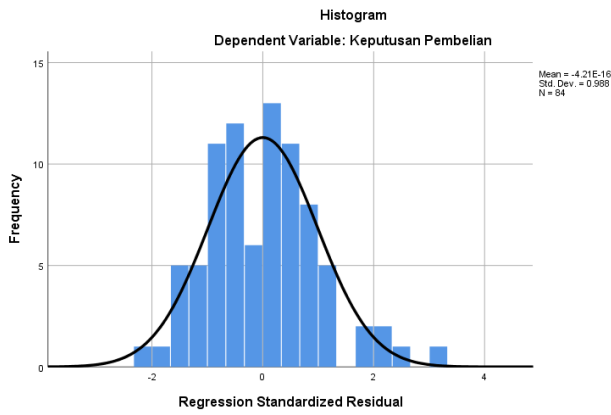
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

	X2.3	0,709	0,214	Valid
4	X2.4	0,773	0,214	Valid

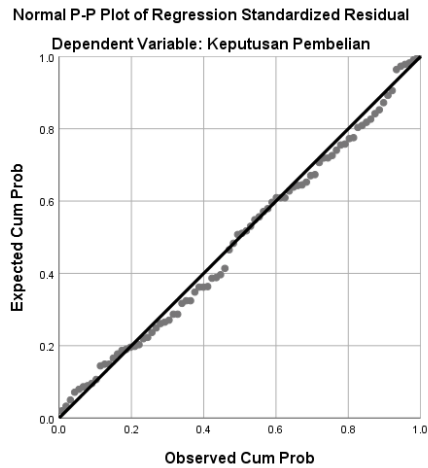
## Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

#### Histogram



#### Normal Plot bb



#### 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.

**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.

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardize

d Residual

N		84
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.01691870
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057
	Negative	-.037
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

UIN SUSKA RIAU

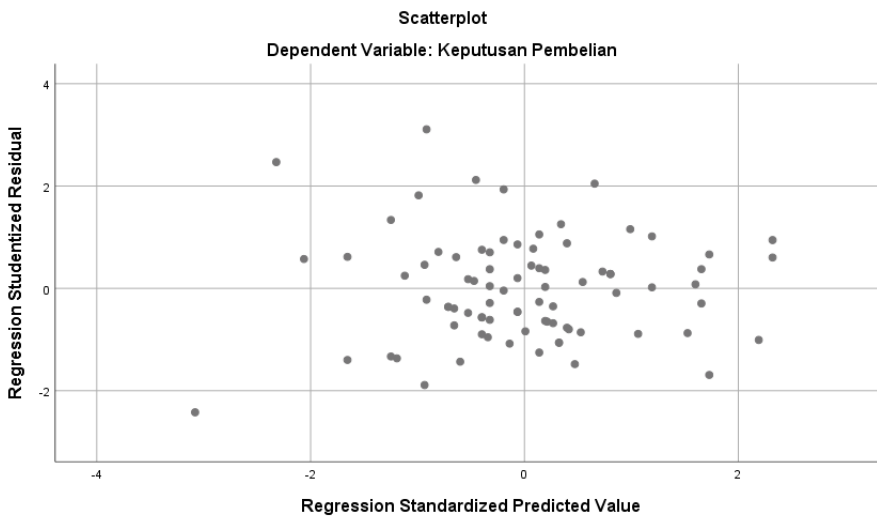
**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarangi 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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Gaya Hidup	.898	1.114
	Labelisasi hala	.898	1.114

**Uji Heteroskedastisitas**



**Uji Autokolerasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.558 <sup>a</sup>	.311	.294	3.054	1.950

a. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Lampiran 7 Uji Hipotesis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.849	2.202		3.111	.003
	Gaya Hidup	.675	.141	.467	4.796	.000
	Labelisasi Halal	.263	.134	.191	1.995	.000

### Uji Secara Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	341.503	2	170.752	18.308	.000 <sup>b</sup>
	Residual	755.449	81	9.327		
	Total	1096.952	83			

### Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.558 <sup>a</sup>	.311	.294	3.05394

Hak Cipta Diindungi 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.



**Lampiran 8 : Tabel r untuk dF = 90-100**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

**Lampiran 9 : Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –100)**

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	129.209	166.388	198.969	237.327	263.790	319.392
82	0.67749	129.196	166.365	198.932	237.269	263.712	319.262
83	0.67746	129.183	166.342	198.896	237.212	263.637	319.135
84	0.67742	129.171	166.320	198.861	237.156	263.563	319.011
85	0.67739	129.159	166.298	198.827	237.102	263.491	318.890
86	0.67735	129.147	166.277	198.793	237.049	263.421	318.772
87	0.67732	129.136	166.256	198.761	236.998	263.353	318.657
88	0.67729	129.125	166.235	198.729	236.947	263.286	318.544
89	0.67726	129.114	166.216	198.698	236.898	263.220	318.434
90	0.67723	129.103	166.196	198.667	236.850	263.157	318.327
91	0.67720	129.092	166.177	198.638	236.803	263.094	318.222
92	0.67717	129.082	166.159	198.609	236.757	263.033	318.119
93	0.67714	129.072	166.140	198.580	236.712	262.973	318.019
94	0.67711	129.062	166.123	198.552	236.667	262.915	317.921
95	0.67708	129.053	166.105	198.525	236.624	262.858	317.825

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumbernya.
- 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.

96	0.67705	129.043	166.088	198.498	236.582	262.802	317.731
97	0.67703	129.034	166.071	198.472	236.541	262.747	317.639
98	0.67700	129.025	166.055	198.447	236.500	262.693	317.549
99	0.67698	129.016	166.039	198.422	236.461	262.641	317.460
100	0.67695	129.007	166.023	198.397	236.422	262.589	317.374

Lampiran 10 : Tabel f

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية

FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.15 Tuahmadani Tampan, Pekanbaru 28298 PO.Box.1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : B-3015/Un.04/F.VII/PP.00.9/5/2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Izin Riset

Pekanbaru, 26 Mei 2023 M  
6 Zulqaidah 1444 H

Kepada  
Yth. Kepala Kantor  
Dinas Penanaman Modal dan  
Pelayanan Terpadu Satu pintu  
Provinsi Riau  
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa salah seorang Mahasiswa Fakultas  
Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Duvan Mardrib  
NIM. : 11970113622  
Jurusan : Manajemen  
Semester : VIII (Delapan)

bermaksud mengadakan Riset dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul:  
"Pengaruh Gaya Hidup dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian  
Minuman Kekinian Mixue (Studi Kasus Pelajar di Kecamatan Tuah  
Madani)". Untuk itu kami mohon kiranya Saudara berkenan memberikan bantuan  
yang diperlukan kepada mahasiswa tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerjasama Saudara diucapkan terima kasih.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bid. Akademik dan  
Pengembangan Lembaga Fakultas  
Ekonomi dan Ilmu Sosial



Dr. Khatulistiwa, S. Sos., M. Si  
90101 200710 1 003



**PEMERINTAH KOTA PEKANBARU**  
**KECAMATAN TUAH MADANI**  
ALAMAT : JALAN H.R SUBRANTAS KM.14,5 PEKANBARU



Pekanbaru, 15 Juni 2023

Nomor : PN.01/Kec.TM-Umum/23/2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Riset / Penelitian

Kepada  
Yth. Lurah se-Kecamatan  
Tuah Madani  
di-  
Pekanbaru

Berkenaan dengan Surat Keterangan Penelitian dari Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru Nomor: BL.04.00/Kesbangpol/1502/2023 tanggal 13 Juni 2023, maka bersama ini Kami minta Saudara kiranya dapat memfasilitasi dan membantu kelancaran penelitian:

**N a m a : DUVAN MARDRIB**  
**NIM : 11970113622**  
**Fakultas : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UIN SUSKA RIAU**  
**Jurusan : MANAJEMEN PEMASARAN**  
**Jenjang : S1**  
**Judul Penelitian : PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABELISAI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KEKINIAN MIXUE**

Demikian disampaikan, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terima kasih

  
**Dr. NURHASMINSYAH, S.STP, M.Si**  
Pembina (R)  
NIP. 19820420 200112 1 002



## BIOGRAFI PENULIS

**Duvan Mardrib** lahir pada 28 Maret 2000 di Pekanbaru. Anak dari pasangan Bapak **Epiandes, S.pd** dan Ibu **Tuti Nora**, merupakan anak kedua dari dua bersaudara. Riwayat pendidikan formal penulis ialah Sekolah dasar di SDN 001 Baserah dan selesai pada tahun 2012, setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Kuantan Hilir dan selesai pada tahun 2015.

Penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di SMAN 1 Kuantan Hilir pada jurusan IPS, dan selesai pada tahun 2018. Kemudian penulis melanjutkan pendidikannya pada perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dengan jurusan Manajemen.

Selanjutnya sebagai tugas akhir perkuliahan, penulis melakukan penelitian di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru dengan judul **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KEKINIAN MIXUE (Studi Pada Pelajar di Kecamatan Tuah Madani)”**. Pada tanggal 17 April 2023 penulis mengikuti ujian Seminar Proposal di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan dinyatakan **“LULUS”** dan pada tanggal 27 Juni 2023 penulis mengikuti ujian Munaqasah secara offline dan dinyatakan **“LULUS”** dan layak menyandang gelar Sarjana Ekonomi (SE)

### 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.