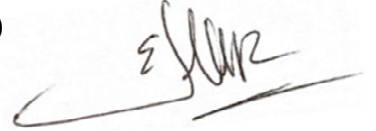


**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, LABEL HALAL, DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI MIE INSTAN MEREK
INDOMIE
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STEI Jakarta)**



SKRIPSI

**ANISSA AODINATASYA
21170000097**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, LABEL HALAL, DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI MIE INSTAN MEREK
INDOMIE
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STEI Jakarta)**

SKRIPSI

**ANISSA AODINATASYA
2117000097**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, LABEL HALAL, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI MIE INSTAN MEREK INDOMIE
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STEI Jakarta)**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 23 Februari 2022



ANISSA AODINATASYA

NPM 2117000097

PERSETUJUAN PEMBIMBING

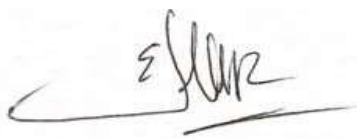
Skripsi dengan judul :

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, LABEL HALAL, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI MIE INSTAN MEREK INDOMIE (Studi Kasus) Pada Mahasiswa STEI Jakarta

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Ibu Dr. Engkur, S.IP,ME, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

Jakarta, 23 Februari 2022

Pembimbing,



Dr. Engkur, S.IP,ME

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc


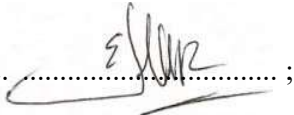
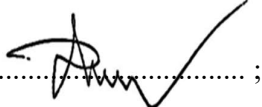
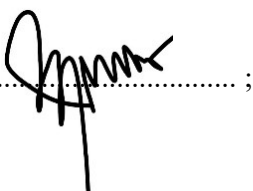
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, LABEL HALAL, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI MIE INSTAN MEREK INDOMIE
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STEI Jakarta)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta pada tanggal 23 Februari 2022 dengan nilai 7.00.

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Dr. Engkur, S.IP,ME
(Pembimbing)
3.  ; Dr. Indra Sakti, SE, MM
(Anggota Penguji I)
4.  ; Drs. Budiono, M, SC
(Anggota Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Serjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Ibu Dr. Engkur, S.IP,ME selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Indra Sakti, SE, MM selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Budiono, M, SC selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
6. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua orang tua yang tak pernah putus memberikan doa, selalu memberikan semangat tiada henti dan dukungan yang membangkitkan saya untuk terus berjuang.
8. Kepada Suami tercinta serta anak yang selalu mendukung saya untuk segera menyelesaikan pendidikan ini.
9. Untuk semua sahabatku terima kasih untuk dukungan, saran dan selalu memberi semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

10. Teman –teman dosen pembimbingan Ibu Dr. Engkur, S.IP,ME yang saling memberikan semangat, perhatian, informasi update terkait skripsi dan saling support untuk bisa tepat waktu dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 23 Februari 2022



ANISSA AODINATASYA

NPM 2117000097

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anissa Aodinatasya
NPM : 21170000097
Program Studi : S-1 Manajemen
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, LABEL HALAL, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI MIE INSTAN MEREK INDOMIE
(Studi Kasus) Pada Mahasiswa STEI Jakarta**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik HakCipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuatdi : Jakarta

Padatanggal: 23 Februari 2022

Jakarta, 23 Februari 2022



ANISSA AODINATASYA
NPM 21170000097

Anissa Aodinatasya
NPM 2117000097
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing
Dr. Engkur, S.IP,ME

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, LABEL HALAL, DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI MIE INSTAN MEREK INDOMIE
(Studi kasus pada Mahasiswa STEI Jakarta)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan, label halal, dan harga terhadap minat beli mie instan merek Indomie pada mahasiswa STEI Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STEI Jakarta angkatan 2017 yang mengkonsumsi mie instan merek Indomie. Sampel dalam penelitian ini adalah 272 responden.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS statistik versi 22.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa daya tarik iklan berpengaruh signifikan terhadap minat beli mie instan merek Indomie. Label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli mie instan merek Indomie. Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli mie instan merek Indomie. Secara simultan terdapat pengaruh daya tarik iklan, label halal dan harga terhadap minat beli mie instan merek Indomie.

Kata Kunci: Minat Beli, Daya Tarik Iklan, Label Halal, Harga

Anissa Aodinatasya
NPM 21170000097
Study Program S-1 Management,

Advisor:
Dr. Engkur, S.IP,ME

**THE INFLUENCE OF ADVERTISING APPEAL, HALAL LABEL, AND PRICE
OF BUYING INTEREST ON INSTANT NOODLES INDOMIE
(Case Study on STEI Jakarta's college students)**

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of advertising appeal, halal labels, and price on buying interest of Indomie instant noodles in STEI Jakarta students. The population in this study are college students of STEI Jakarta who consumend Indomie instant noodles. The sample in this study was 272 respondents.

The data analysis method used is descriptive statistical analysis. Analysis of the data used in this study is the coefficient of determination. The sampling method used in this research is purposive sampling. The data testing technique used in this study includes validity, reliability and coefficient of determination tests using the SPSS statistical version 22 program.

The results of the study conclude that the attractiveness of advertising has a significant effect on buying interest in the Indomie brand of instant noodles. The halal label has a significant effect on buying interest in the Indomie brand instant noodles. Price has a significant effect on buying interest in the Indomie brand instant noodles. Simultaneously, there is an influence of advertising attractiveness, halal label and price on buying interest in Indomie brand instant noodles.

Keywords: Buying Interest, Advertising Appeals, Halal Labels, Price

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Daya tarik iklan	6
2.1.2. Label Halal.....	8
2.1.3. Harga	13
2,1,4. Minat Beli	16

.2.2. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	24
2.3.1 Pengaruh Daya Tarik Terhadap Minat Beli	24
2.3.2 Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli.....	24
2.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen.....	25
2.4 Pengembangan Hipotesis	25
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian	25
BAB III METODA PENELITIAN	27
3.1. Strategi Penelitian.....	27
3.2. Populasi dan Sampel.....	27
3.2.1. Populasi Penelitian.....	27
3.2.2. Sampling dan Sampel Penelitian	27
3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	28
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	29
3.4.1 Instrumen Penelitian.....	29
3.4.2 Pengujian Instrumen Penelitian	30
3.4.3 Uji Reabilitas	31
3.5 Metoda Analisis Data.....	32
3.5.1 Pengolahan Data	32
3.5.2 Penyajian Data	33
3.5.3 Metode Analisis Statistik Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1. Deskripsi Responden.....	36
4.2. Deskripsi Data	37
4.3. Metoda Analisis Data.....	40
4.3.1. Uji Validitas	40

4.4.1. Uji Hipotesis (Uji t).....	43
4.4.2. Uji Hipotesis (Uji F).....	44
4.4.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	46
4.5. Temuan Hasil Penelitian	46
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	48
5.1. Simpulan	48
5.2. Saran	48
DAFTAR REFERENSI.....	49
LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Skor Skala Likert.....	29
Tabel 3. 2. Indikator Penentu Keputusan Pembelian.....	30
Tabel 4.1. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	36
Tabel 4.4. Validitas Variabel Daya Tarik Iklan (X1)	40
Tabel 4.5. Validitas Variabel Label Halal (X2)	41
Tabel 4.6. Validitas Variabel Harga (X3).....	41
Tabel 4.7. Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel Daya Tarik Iklan (X1).....	37
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Label Halal (X2).....	38
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Faktor Pribadi (X3).....	39
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Minat Beli (Y).....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Riset	52
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	53
Lampiran 3 Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Daya Tarik Iklan (X1).....	57
Lampiran 4 Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Label Halal (X2)	57
Lampiran 5 . Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Harga (X3) ...	58
Lampiran 6. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Minat Beli (Y)	58
Lampiran 7. Tabulasi Skor	59
Lampiran 8. Tabulasi Skor Variabel (X1, X2, X3 Dan Y)	71
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Iklan (X1)	83
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Label Halal (X2)	84
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3)	85
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	86
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Daya Tarik Iklan (X1)	87
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Label Halal (X2)	89
Lampiran 15. Hasil Uji Reliabilitas Harga (X3)	91
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli (Y)	93
Lampiran 17. Hasil Pengolahan Data Perhitungan Nilai Koefisien ...	94
Lampiran 18. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	96