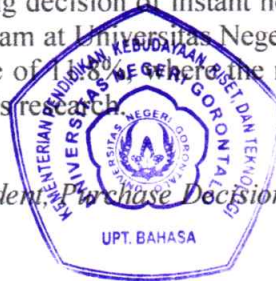


## ABSTRACT

This study aims to determine the concern of Agribusiness Study Program students of Universitas Negeri Gorontalo on halal labels on food product packaging, specifically for instant noodle products, when making purchasing decisions. This research is quantitative. Data were sourced from primary data and were collected through questionnaires in the form of online google forms distributed through WhatsApp to a sample of 78 respondents. The analytical tools used are the normality test, linearity test, simple regression test, coefficient of determination test (R square), and t-test using the SPSS Version 16 program. The result of this study shows that halal labeling has a positive influence on purchasing decisions. This is proven by the results of regression measurements with the formation of equations; purchasing decisions = 35.282 +0.375, Halal labeling + e, concluding that halal labeling has a positive influence on purchasing decisions. The t-test states that halal labeling =  $t_{count} > t_{table}$  (3.183 >1.991) and a significance level of  $\alpha$  (0.000 <  $\alpha$  (0.05), concluding  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, meaning that halal labeling has a significant influence on purchasing decisions. The coefficient of determination (R square) that is 0.118, concludes that the variation in the purchasing decision of instant noodle products for students of the Agribusiness Study Program at Universitas Negeri Gorontalo can be explained by the halal labeling variable of 11.8% of the total, the remaining 88.2% is explained by other factors outside of this research.

**Keywords:** *Halal Label, Student, Purchase Decision*



## ABSTRAK

**RISKA MEIKAWATI SULEMAN**, 2022. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan *Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Negeri Gorontalo*. Oleh Bapak Supriyo Imran selaku pembimbing I dan Ibu Yuriko Boekoesoe selaku pembimbing II.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepedulian Mahasiswa Program Studi Agribisnis dalam memperhatikan label halal pada kemasan produk pangan pada saat mengambil keputusan pembelian. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk mie instan pada mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Negeri Gorontalo. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data adalah angket dalam bentuk *google forms online* yang didistribusikan melalui media sosial WhatsApp, dengan jumlah sampel 78 responden. Alat analisis yang digunakan adalah uji normalitas, uji linieritas, uji regresi sederhana, uji koefisien determinasi (*R square*), dan uji t. Dengan menggunakan program SPSS Versi 16. Penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan dengan diperoleh hasil pengukuran regresi dengan terbentuknya persamaan; keputusan pembelian =  $35,282 + 0,375 \text{ Labelisasi Halal} + e$  dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pada uji t menyatakan bahwa, labelisasi halal memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,183 > 1,991$ ) dan tingkat signifikansi  $< \alpha$  ( $0,000 < \alpha (0,05)$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya labelisasi halal memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun hasil koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,118 hal ini berarti variasi variabel keputusan pembelian produk mie instan pada Mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Negeri Gorontalo dapat dijelaskan oleh variabel labelisasi halal sebesar 11,8%, dimana sisanya 88,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : *Label Halal, Mahasiswa, Keputusan Pembelian*