

ABSTRACT

This research examines the relationship between halal labels, price, and purchasing decisions for ramyun noodle products. This research also explores attitude as a mediating variable in influencing purchasing decisions. The aim of this research was to test and carry out an analysis of the influence of the halal label and price on purchasing decisions with attitude as a mediating variable, with this research study being on students at SMA Muhammadiyah 05 Todanan, Blora. In this research, the type of research used is field research and uses a quantitative approach using the Structural Equation Modeling (SEM) analysis method. The sample in this study was 97 respondents, with the technique chosen using non-probability sampling techniques with a sampling approach using purposive sampling using a questionnaire. The technique used to carry out the analysis is by using validity tests, reliability tests, and SEM analysis with the help of the SmartPLS 3.0 software program. The results of this study show that there is a direct positive influence between the halal label on attitudes and price on attitudes in purchasing ramyun noodle products. Then attitude is able to mediate the halal label and price on purchasing decisions for Ramyun noodle products. This means that halal food products are one of the important things to consider in purchasing decisions which are influenced by a Muslim's attitude. It is hoped that future research can develop more variables and use a wider range to get more varied respondent results.

Keywords: *Halal Label, Price, Purchase Decision, Attitude*



ABSTRAK

Sri Putri Wulandari, 2020310118, Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Sikap Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Mie Remyun (Studi pada Siswa SMA Muhammadiyah 05 Todanan Blora)

Penelitian ini meneliti terkait hubungan antara label halal, harga, dengan keputusan pembelian pada produk mie remyun. Penelitian ini juga mengeksplorasi sikap sebagai variabel mediasi dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan pada penelitian ini dilakukan yaitu untuk menguji dan melakukan analisis mengenai pengaruh dari label halal dan harga terhadap keputusan pembelian dengan sikap sebagai variabel mediasi, dengan studi penelitian ini yaitu pada siswa SMA Muhammadiyah 05 Todanan, Blora. Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah berupa *field research* dan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling (SEM)*. Adapun sampel pada penelitian ini yaitu berjumlah 97 responden, dengan teknik yang dipilih menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* menggunakan kuesioner. Teknik yang digunakan untuk melakukan analisis yaitu dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis SEM dengan bantuan program software SmartPLS 3.0. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh positif secara langsung antara label halal terhadap sikap, harga terhadap sikap dalam pembelian produk mie remyun. Kemudian sikap mampu memediasi label halal dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk mie remyun. Artinya, produk makanan halal menjadi salah satu hal penting yang menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh sikap seorang muslim. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan lebih banyak variabel dan menggunakan jangkauan yang lebih luas lagi untuk mendapatkan hasil responden yang lebih bervariasi.

Kata Kunci: Label Halal, Harga, Keputusan Pembelian, Sikap