

ABSTRAK

Amanatul Faridah (NIM.1820210220). Persepsi, Labelisasi Halal dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Korea Pada Mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Tarbiyah 2018. Skripsi, Kudus: FEBI/Ekonomi Syariah, 2022.

Produk mie instan Korea terdapat kecenderungan kandungan fragmen DNA babi pada beberapa produknya, tidak terdapat labelisasi halal yang tertera pada produknya. Kesadaran masyarakat luas akan label halal masih sangat rendah, hal ini persepsi dan kepercayaan setiap masyarakat tentu berbeda-beda dalam memilih sebuah produk yang diinginkannya.

Tujuan penelitian fokus pada persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk mie instan Korea pada mahasiswa IAIN Kudus fakultas Tarbiyah 2018, labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk mie instan Korea pada mahasiswa IAIN Kudus fakultas Tarbiyah 2018, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk mie instan Korea pada mahasiswa IAIN Kudus fakultas Tarbiyah 2018. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik penentuan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 93 responden, dari jumlah keseluruhan sampel sebanyak 1.307 mahasiswa.

Berdasarkan uji statistik *t* parsial diperoleh hasil bahwa variabel Persepsi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk variabel Labelisasi Halal (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan untuk variabel Kepercayaan Konsumen (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan berdasarkan hasil uji statistik *F* simultan didapat nilai F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} yaitu ($18,570 > 2,71$) dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *Persepsi, Labelisasi Halal dan Kepercayaan Konsumen* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari analisis data diketahui bahwa besarnya adjusted R square adalah 0,364 atau 36,4%. Hal ini berarti sebesar 36,4% kemampuan model regresi dari penelitian ini menerangkan variabel dependen.

Kata kunci: *Labelisasi Halal, Kepercayaan Konsumen, dan Keputusan Pembelian.*