

**PENGARUH *ONLINE REVIEW YOUTUBE* DAN LABELISASI
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MIE INSTAN SAMYANG (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA DI MEDAN PETISAH)**

SKRIPSI

OLEH:

ATIKAH SAFITRI

198320165



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 7/5/24

Access From (repository.uma.ac.id)7/5/24

**PENGARUH *ONLINE REVIEW YOUTUBE* DAN LABELISASI
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MIE INSTAN SAMYANG (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA DI MEDAN PETISAH)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

OLEH :

ATIKAH SAFITRI

198320165

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 7/5/24

Access From (repository.uma.ac.id)7/5/24

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Online Review Youtube* dan Labelisasi Halal Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Samyang (Studi Kasus
Pada Mahasiswa Di Medan Petisah)

Nama : Atikah Safitri

NPM : 198320165


Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

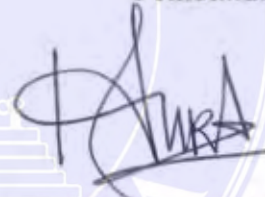
Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

Pemanding



Khairunnisak, SM, MM
Pembimbing

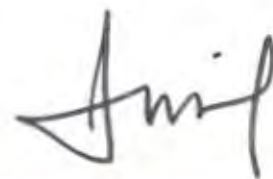


Dr. Siti Alhamra Salqaura, SE, M.Si
Pemanding

Mengetahui :



SBA, MMgt, Ph.D, CIMA
Dekan



Dr. Indawati Lestari, SE, M.Si
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 02 April 2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Online Review Youtube* dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Samyang (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Medan Petisah).” Disusun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan ini yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, etika penulis ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 30 Maret 2024



Atikah Safitri
(198320165)

HALAMAN PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Atikah Safitri
NPM : 198320165
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Pengaruh *Online Review Youtube* dan Labelisasi Halal Terhadap Produk Mie Instan Samyang (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Medan Petisah)." Melalui hak tersebut, Universitas Medan Area berhak untuk menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Di buat di : Medan

Pada Tanggal : 30 Maret 2024

Yang Menyatakan



Atikah Safitri
(198320165)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

RIWAYAT HIDUP

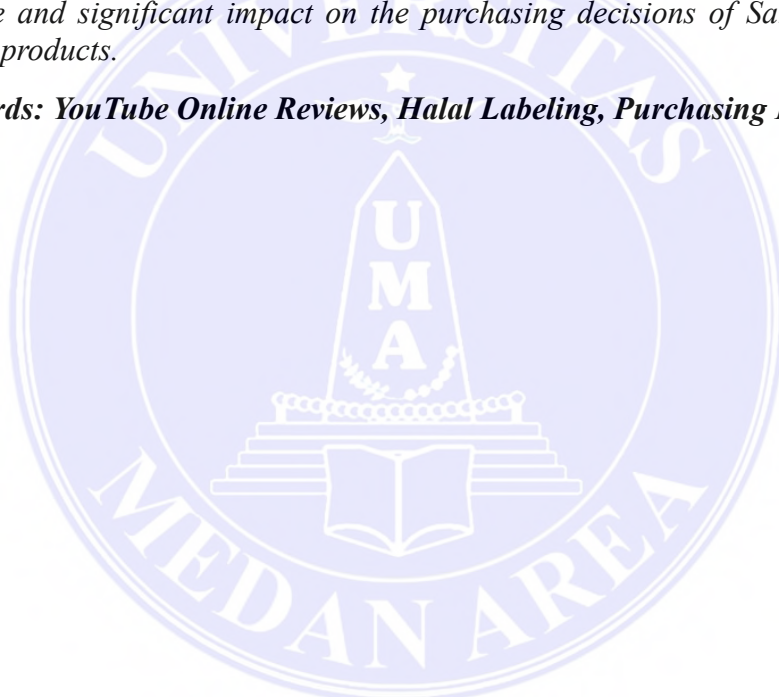


Nama	Atikah Safitri
Npm	198320165
Tempat, Tanggal Lahir	Medan, 30 Desember 2000
Nama Orang Tua :	
Ayah	Suriadi
Ibu	Netty
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Darussalam Medan
SMA	SMA Negeri 4 Medan
Riwayat Studi di UMA	Pada tahun 2019 peneliti terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area
No. HP/WA	085762359364
Email	atikahsafitri72@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to investigate and analyze the influence of YouTube Online Reviews and Halal Labeling on the purchasing decisions of Samyang instant noodle products among students in the Medan Petisah District. The study employs a quantitative method, with the population consisting of students residing in the Medan Petisah District. The sample size is 100 individuals, selected using purposive sampling, and data collected through questionnaire distribution. Data analysis involves instrument testing, classical assumption testing, statistical testing, and hypothesis testing. The findings indicate that YouTube Online Reviews have a positive and significant impact on the purchasing decisions of Samyang instant noodle products. Similarly, Halal Labeling has a positive and significant influence on the purchasing decisions of Samyang instant noodle products. Simultaneously, YouTube Online Reviews and Halal Labeling jointly have a positive and significant impact on the purchasing decisions of Samyang instant noodle products.

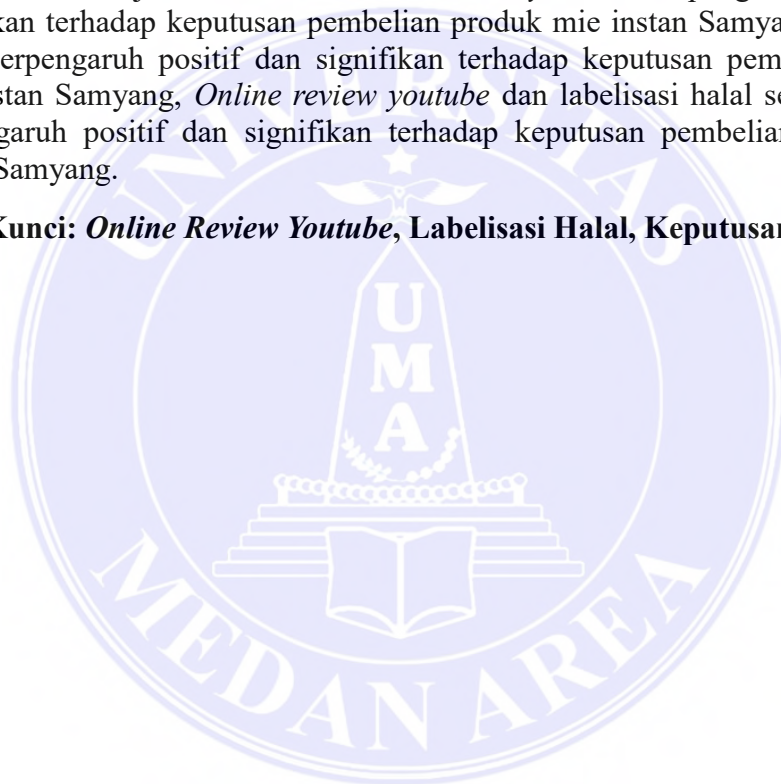
Keywords: *YouTube Online Reviews, Halal Labeling, Purchasing Decisions.*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Online Review Youtube* dan Labelisasi Halal terhadap keputusan pembelian produk mie instan Samyang pada mahasiswa di Kecamatan Medan Petisah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang berdomisili di Kecamatan Medan Petisah. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan pengumpulan data menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji statistik dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *online review youtube* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan Samyang, Labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan Samyang, *Online review youtube* dan labelisasi halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan Samyang.

Kata Kunci: *Online Review Youtube*, Labelisasi Halal, Keputusan Pembelian.



KATA PENGANTAR

Segala puji kepada Allah atas kemudahan, kelancaran dan berkahnya sehingga skripsi ini berhasil saya selesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini ialah “**Pengaruh *Online Review Youtube* dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Samyang (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Medan Petisah)**”.

Tidak terasa waktu telah berlalu dan saat itu juga banyak hambatan dan kesulitan yang dihadapi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini, namun dikarenakan kerja keras dan dukungan dari beberapa pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga penulis dapat membalas semua kebaikan yang telah diberikan oleh berbagai pihak. Untuk itu dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Dr. Indawati Lestari, SE, M.Si selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Yuni Syahputri, SE, M.Si selaku Ketua Sidang Meja Hijau.
5. Ibu Khairunnisak, SM, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberi arahan, masukan, motivasi dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini.

6. Ibu Dr. Siti Alhamra Salqaura, SE, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah memberi arahan, saran, dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Finta Aramita, SE, M.Si selaku Dosen Sekretaris yang telah memberi arahan, saran, dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
8. Para dosen dan seluruh staff akademik FEB UMA yang telah banyak memberikan pengetahuan dan membantu penulis selama masa perkuliahan.
9. Ayah Suriadi dan Ibu Netty selaku Orang Tua yang telah memberikan doa, dukungan dan pengorbanan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan dari semester satu sampai detik ini Fanny, Tsabitah, Novia, Merina, Putri, Nazia yang telah memberi dukungan dan bantuan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
11. Atikah Safitri, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.



Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Atikah Safitri'.

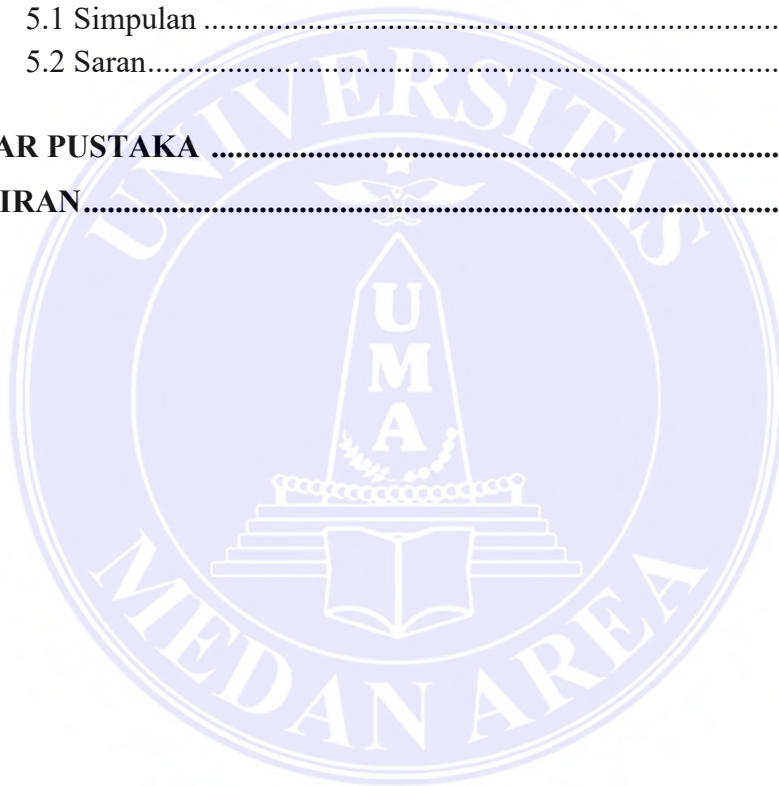
(Atikah Safitri)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	iii
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Praktis	8
1.5.2 Manfaat Teoritis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	10
2.1.2 Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian	11
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	12
2.2 <i>Online Review Youtube</i>	12
2.2.1. Pengertian <i>Online Review Youtube</i>	12
2.2.2. Indikator <i>Online Review Youtube</i>	13
2.3 Labelisasi Halal.....	13
2.3.1. Pengertian Labelisasi Halal.....	13
2.3.2. Indikator Labelisasi Halal	14
2.4 Penelitian Terdahulu	14
2.5 Kerangka Konseptual.....	16
2.6 Hipotesis Penelitian	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18

3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	18
3.2.1 Tempat Penelitian.....	18
3.2.2 Waktu Penelitian	18
3.3 Populasi dan Sampel	19
3.3.1 Populasi.....	19
3.3.2 Sampel.....	20
3.4 Definisi Operasional.....	21
3.5 Jenis dan Sumber Data	21
3.6 Teknik Pengumpulan Data	22
3.7 Uji Instrumen	23
3.7.1 Uji Validitas	23
3.7.2 Uji Reliabilitas	24
3.8 Uji Asumsi Klasik	25
3.8.1 Uji Normalitas	25
3.8.2 Uji Multikolinearitas	25
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	26
3.9 Uji Statistik	26
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda	26
3.10 Uji Hipotesis	26
3.10.1 Uji Parsial (Uji t).....	26
3.10.2 Uji Simultan (Uji F)	27
3.11 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	29
4.2 Hasil Penelitian	30
4.2.1 Penyajian Data Responden.....	31
4.2.2 Penyajian Data Angket Responden.....	32
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	40
4.2.3.1 Hasil Uji Normalitas	40
4.2.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	42
4.2.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	43
4.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	43
4.4 Hasil Uji Hipotesis	44
4.4.1 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	44
4.4.2 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	45
4.4.3 Hasil Uji Determinasi R ²	46
4.5 Pembahasan Penelitian.....	47
4.5.1 Pengaruh <i>Online Review Youtube</i> Terhadap Keputusan	

Pembelian Produk Mie Instan Samyang di Kecamatan Medan Petisah	47
4.5.2 Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Samyang di Kecamatan Medan Petisah	49
4.5.3 Pengaruh Online Review Youtube dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Samyang di Kecamatan Medan Petisah	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Simpulan	52
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Pelaksanaan Waktu Penelitian	19
Tabel 3.2 Operasional Variabel	21
Tabel 3.3 Bobot Nilai Angka	23
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	23
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	25
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	31
Tabel 4.2 Tahun Masuk Universitas	31
Tabel 4.3 Perguruan Tinggi Responden.....	32
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Online Review Youtube</i> X1	33
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Labelisasi Halal X2....	36
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian Y	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.8 Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Aplikasi Media Sosial di Indonesia	5
Gambar 2.1 Logo Halal MUI Lama dan MUI Baru.....	14
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	16
Gambar 4.1 Grafik Histogram Data Berdistribusi Normal	41
Gambar 4.2 <i>Probability Plot</i> Berdistribusi Normal	41
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pra-Survey	57
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	58
Lampiran 3 Data Sampel 30 Responden Uji Instrumen	61
Lampiran 4 Data Sampel Penelitian 100 Responden.....	64
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen	72
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	76
Lampiran 7 Hasil Persamaan Linier Berganda	78
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	78
Lampiran 9 Hasil Uji Determinasi (R^2)	79
Lampiran 10 Surat Pengantar Riset Dari Fakultas	80
Lampiran 11 Surat Balasan Riset Dari Badan Riset dan Inovasi Daerah	81
Lampiran 12 Surat Selesai Riset Dari Kecamatan Medan Petisah	82



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi telah memberikan pengaruh yang cukup besar di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Bisa dilihat dalam hal gaya hidup masyarakat yang semakin modern dengan berbagai kebutuhan baru dalam bidang teknologi, bisnis dan hiburan. Selain itu, globalisasi juga membawa dampak menarik bagi dalam sektor makanan. Munculnya beragam produk makanan asing dari berbagai negara di mini market maupun super market telah menjadi hal yang lumrah dalam masyarakat.(Afifah, I., & Sopiany, 2020). Industri makanan dan minuman menjadi salah satu industri yang memiliki perkembangan cukup tinggi di Indonesia. Pada tahun 2022 industri makanan dan minuman naik sebesar Rp. 813,06 triliun, Nilai itu naik sebanyak 4,90% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar Rp. 775,10 triliun. (DataIndonesia.id 2022).

Setiap tahun terjadi peningkatan dalam industri makanan impor dan salah satu produk impor yang berperan penting dalam perkembangan ini adalah mie instan Samyang. Pertumbuhan budaya Korea Selatan seperti film, drama, musik, bahkan makanan cepat saji telah mengakibatkan popularitas mie instan Samyang meningkat di kalangan generasi muda Indonesia. Meskipun sebagian besar varian mie instan Samyang belum memiliki label halal produk ini populer karena memiliki rasa khas yang terkenal pedas, dengan porsi yang lebih besar dari mie instan pada umumnya dan juga lembaran mie yang lebih tebal memberikan

kepuasan tersendiri bagi para penggemar mie instan Samyang. Produk mie instan impor ini di produksi oleh Samyang Food Inc yang berasal dari Korea Selatan dan mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2016 (Dong, 2020).

Setelah viralnya “ *Samyang Challenge*” di platform media sosial membuat Samyang menjadi rekor ekspor tertinggi pada tahun 2017 dengan 110 miliar won (Rp 1,29 triliun). Namun pada tahun 2018 terkait pernyataan BPOM mengenai empat produk mie instan Korea yang mengandung babi (tidak halal) yang diimpor oleh PT Koin Bumi diantaranya *Shin Ramyun Black*, *Ottogi (Yeul Ramen)*, dan dua buah produk Samyang (*Samyang kimchi dan U-dong*). Kemudian PT Korinus selaku importir Samyang dengan varian yang sudah memiliki lima sertifikasi halal mengaku mengalami kerugian yang signifikan. Kerugian ini diduga sebagai akibat ramainya pemberitaan penarikan izin edar mie instan asal Korea oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) karena mengandung babi, importir PT Korinus mengaku dalam wawancara tahun 2018 mengalami kerugian seperti yang dikatakan oleh Sales dan Marketing Manager PT Korinus Endar Nirwana bahwa sejak berita itu beredar penjualannya sudah turun sekitar 30 persen setiap harinya (Mukrimaa et al., 2019).

Oleh karena itu, keputusan pembelian menjadi hal yang penting karena berbagai faktor akan mempengaruhi bagaimana konsumen menentukan apakah akan membeli produk tersebut atau memilih produk lain. Pernyataan BPOM mengenai ketidakhalalan produk dapat menjadi faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian bagi konsumen muslim. Seiring meningkatnya kesadaran akan kehalalan suatu produk, konsumen akan cenderung beralih ke produk yang

lebih aman dan sesuai dengan keyakinan agama mereka. Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah popularitas produk ini dikalangan generasi muda, terutama konsumen yang memiliki ketertarikan terhadap budaya Korea Selatan seperti film, drama, musik dan tren makanan cepat saji dari Korea Selatan telah memicu minat besar terhadap mie instan Samyang (Wicaksana & Rachman, 2019) .

Kemudian Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk yang beragama muslim, dimana sertifikasi halal suatu produk merupakan faktor kunci dalam menentukan apakah masyarakat umum akan melakukan pembelian atau tidak. Kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat” Halal berarti hal-hal yang boleh dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya (Ii et al., 2019) dan labelisasi halal sebuah perizinan memasang kata “halal” dalam kemasan produk dari suatu perusahaan oleh badan POM. Izin mencantumkan label halal pada kemasan produk makanan maupun minuman dilakukan oleh Badan POM di dasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikat Halal MUI (Ni'mah, 2021).

Keputusan pembelian juga mempengaruhi online review yang merupakan fasilitas memungkinkan konsumen untuk secara bebas dengan mudah menulis komentar dan opini secara online tentang berbagai produk atau layanan. Jenis ulasan online ini dapat memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian seseorang dan merupakan bagian dari *Electronic Word of Mouth* (eWOM) yang merupakan pendapat dan ulasan langsung dari setiap individu (Giri et al., 2022).

Ketika konsumen ingin melakukan pembelian sering kali membaca review atau ulasan yang sudah dilakukan oleh pembeli sebelumnya pada aplikasi *e-commerce*. Online review yang baik dapat membantu meningkatkan pemasaran di *e-commerce* dan sebaliknya online review yang buruk akan menjadi masalah dalam pemasaran produk di *e-commerce* tersebut. Online review yang diberikan konsumen berupa komentar yang relevan memperjelas pemahaman konsumen dan dapat meningkatkan minat untuk membeli (Salqaura et al., 2021).

Media sosial saat ini telah mempermudah akses bagi penggunanya yang dapat mengakses berbagai layanan di internet. Terdapat beragam aplikasi media sosial yang memiliki berbagai fitur khusus seperti Facebook, Twitter, Whatsapp, Line, Instagram dan sebagainya. Misalnya aplikasi Whatsapp dan Line dapat mempermudah kita mengirimkan pesan suara dan pesan teks, bahkan saat ini muncul aplikasi sosial media yang menyajikan fitur layanan pengunggah audio visual atau video dan dapat mudah diakses oleh semua orang diseluruh dunia yaitu *Youtube* (Khalik, 2020).

Konten video *Youtube* sangat diminati dikarenakan berbagai macam hal, khususnya konten video review produk makanan. Semenjak *Youtube* diluncurkan pada tahun 2006, banyak hal positif yang digunakan oleh seluruh orang dibelahan dunia manapun, dimulai dari berbagai kalangan. *Youtube* merupakan cara untuk mengekspresikan diri dan mempengaruhi orang lain untuk mengenakan apa yang mereka gunakan (Rofianto et al., 2021).

Berikut adalah data aplikasi media sosial yang paling sering digunakan di

Indonesia tahun 2022.



Sumber : We Are Social Hootsuite 2020

Gambar 1.1 Data Pengguna Aplikasi Media Sosial di Indonesia

Berdasarkan pada Gambar 1.1 diatas, *Youtube* menempati urutan pertama tehitung dengan persentase 88 persen. Sementara Facebook menempati peringkat urutan tiga dengan persentase 82 persen, tepat satu tingkat diatas Instagram 79 persen. Hal ini di karenakan *Youtube* mendapatkan perhatian dikalangan masyarakat tidak hanya orang dewasa maupun anak-anak. *Youtube* sebagai media sosial yang menyajikan video sebagai sumber informasi. Sama halnya dengan televisi, *Youtube* juga memiliki berbagai tema saluran yang di sebut sebagai *channel* seperti *channel* kecantikan, kuliner, film, humor, otomotif dan sebagainya tersedia bagi pengguna *Youtube* (Ramadhayanti, 2019).

Tujuan diadakannya penelitian ini untuk menganalisis adanya pengaruh *Online review Youtube* dan labelisasi halal produk mie instan Samyang terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini memanfaatkan subjek konsumen, yaitu Mahasiswa yang berada di lingkungan Kecamatan Medan Petisah yang telah membeli dan mengkonsumsi mie instan Samyang.

Masyarakat saat ini kurang memperhatikan kehalalan suatu produk. Padahal untuk memproduksi suatu produk tidak hanya memperhatikan bahan bakunya saja, tetapi juga kehalalan suatu produk yang perlu dipertimbangkan karena dengan produk-produk yang dikonsumsi terjamin kehalalannya secara hukum dan agama.

Penelitian ini menggunakan subjek mahasiswa yang dimana sudah mewakili keseluruhan konsumen yang pernah membeli atau mengkonsumsi mie instan Samyang. Selain itu mahasiswa juga lebih sering memperhatikan pemberian label halal serta *online review* berupa *challenge* (tantangan) yang sering muncul di *Sosial media* seperti *Youtube*. Dari latar belakang masalah yang ada, penulis telah merumuskan topik penelitian ini dengan judul “**PENGARUH ONLINE REVIEW YOUTUBE DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN SAMYANG (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Medan Petisah)**”

1.2 Perumusan Masalah

Banyaknya konsumen kurang informasi dalam memilih produk yang akan dikonsumsi, mereka lebih mementingkan kebutuhan keinginan tanpa

mempertimbangkan keamanan dan kesehatan atas apa yang mereka konsumsi. Pengetahuan dan informasi konsumen sangat dibutuhkan. Konsumen yang memiliki pengetahuan baik, maka ia akan lebih efisien dan tepat dalam mengambil keputusan. Berdasarkan latar belakang tersebut penting dilakukannya penelitian pada keputusan pembelian produk mie instan *Samyang*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *online review youtube* terhadap keputusan pembelian mie instan *Samyang* dan juga ingin mengetahui seberapa besar pengaruh labelisasi halal mie instan *Samyang* terhadap keputusan pembelian mahasiswa di Medan Petisah.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan perumusan masalah diatas, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Online Review Youtube* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mie instan *Samyang*?
2. Apakah Labelisasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan *Samyang*?
3. Apakah *Online Review Youtube* dan Labelisasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan *Samyang*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *Online Review Youtube* terhadap keputusan pembelian produk mie instan *Samyang*.

2. Mengetahui pengaruh Labelisasi Halal terhadap keputusan pembelian mie instan Samyang.
3. Mengetahui pengaruh *Online Review Youtube* dan Labelisasi Halal secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan Samyang.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti
Dengan adanya penelitian ini, peneliti dapat memperluas pengetahuan dan bagi peneliti selanjutnya menjadi referensi untuk menambah wawasan.
2. Bagi perusahaan
Penelitian ini diharapkan bagi perusahaan dapat mengetahui bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen. Informasi ini sebagai masukan bagi pemimpin perusahaan untuk membuat labelisasi halal produk.
3. Bagi akademis
Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu ekonomi dan manajemen serta berguna juga untuk referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian terhadap kajian teori dari pengaruh *online review* dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang *online review youtube* dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian mie instan Samyang pada mahasiswa di Medan Petisah serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan informasi tambahan untuk peneliti selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian suatu proses yang mengintegrasikan pengetahuan untuk menilai beberapa alternatif perilaku untuk memilih salah satunya. Ketika hasil proses integrasi ini selesai itu adalah suatu pilihan yang disajikan sebagai keinginan berperilaku. Konsumen sering melibatkan lebih dari dua pihak saat melakukan pembelian atau pertukaran. (Dinawan et al., 2019) Pengambilan keputusan pembelian menurut Kolter, Philip dan Gary Armstrong di dalam bukunya yang berjudul Prinsip-prinsip Pemasaran (2001) dibagi dalam 4 (empat) tahapan, yaitu:

1. Pencarian informasi. Konsumen yang memiliki kebutuhan akan mencari informasi lebih banyak. Informasi yang diterima akan diperoleh dari beberapa sumber, antara lain:
 - a. Sumber publik: media masa, organisasi penentu peningkatan konsumen.
 - b. Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga.
 - c. Sumber pengalaman : pemakaian produk, pengkajian dan penanganan.
 - d. Sumber komersial : iklan, penyalur, kemasan, dan penjaga toko.

2. Pengenalan masalah, proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali kebutuhannya. Kebutuhan tersebut disebabkan oleh faktor internet maupun faktor eksternal.
3. Evaluasi alternatif, ditahap ini konsumen mengolah informasi merek yang bersaing dan membuat penilaian akhir.
4. Keputusan pembelian, ditahap ini konsumen membuat referensi terhadap merek-merek yang ada didalam pilihan, kemudian konsumen membuat niat untuk membeli produk yang disukai tersebut.

2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Terdapat 5 (lima) faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu:

1. Kualitas produk yaitu suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya. Kemampuan itu meliputi daya tarik, kehandalan, ketelitian yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.
2. Strategi promosi, merupakan sejumlah kegiatan yang digunakan pembisnis untuk mempengaruhi market agar tau brand atau produk yang dijual, membeli barang atau jasa dan meningkatkan *engagement* dengan konsumen.
3. Faktor pribadi suatu keputusan untuk membeli produk dapat dipengaruhi oleh diri konsumen seperti kebutuhan, pendapat, sikap, gaya hidup, dan karakteristik ke pribadian individu tersebut.
4. Faktor kelas sosial juga mempengaruhi keputusan pembelian, mungkin berasal dari peran dan status sosial sekelompok orang, keluarga dan

konsumen. Biasanya keputusan pembelian ini timbul dari keluarga tergantung produk, iklan dan situasi.

5. Faktor lingkungan juga mempengaruhi pembelian konsumen, karena pada saat konsumen membeli produk secara tidak langsung lingkungan sekitar juga akan mengikutinya.

2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Abarca (2021) keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan ini diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Adapun indikator-indikator keputusan pembelian menurut Ansari (2020) adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan sebelum membeli
2. Perilaku sesudah pembelian
3. Kebutuhan yang dirasakan
4. Perilaku waktu memakai

2.2 Online Review Youtube

2.2.1 Pengertian Online Review Youtube

Youtube merupakan suatu platform yang digunakan untuk mempublikasi video, menonton, memberikan like, *subscribe*, dan mengomentari sebuah video yang diupload ke *Youtube* dan dapat diakses oleh semua orang yang ada di dunia ini (Simatupang et al., 2022). *Youtube* resmi berdiri pada tahun 2005, Pendirinya yaitu Chad Hurley, Steve Chen, Jawed Karim dimana mereka bertiga juga

merupakan karyawan *Paypal*. Sedangkan *Online Review Youtube* merupakan salah satu jenis *Word Of Mouth Communication* yang digunakan dalam penjualan melalui internet dimana pembeli mempelajari produk dari pelanggan yang telah mendapatkan manfaat dari produknya. Karena penggunaan pemasaran digital yang cepat untuk menguntungkan konsumen (Ardianti & Widiartanto, 2019). *Online Review Youtube* dapat dilihat sebagai kritikan atau komentar tentang suatu pengalaman yang dialami oleh seseorang yang dibuat menjadi sebuah video dan diunggah ke halaman Youtube sehingga konsumen dapat melihat dan memilih produk dengan karakteristik yang mereka butuhkan saat ini (Ni'mah, 2021)

2.2.2 Indikator *Online Review Youtube*

Menurut Sudirman (2020) yang menjelaskan bahwa terdapat beberapa indikator dalam ulasan *Online Review Youtube* adalah :

1. Isi atau konten dari *online review*
2. Intensitas ulasan dari *online review*
3. *Online review* negatif
4. *Online review* positif

2.3 Labelisasi Halal

2.3.1 Pengertian Labelisasi Halal

Halal berasal dari bahasa arab yang artinya diperbolehkan. Halal ialah segala objek yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan. Istilah kata halal sering digunakan untuk menunjukkan makanan dan minuman yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut islam. Sedangkan Labelisasi halal ialah perizinan

pemasangan kata “HALAL” dalam kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin mencantumkan label halal pada kemasan produk makanan maupun minuman yang dilakukan oleh Badan POM di dasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk Sertifikat Halal MUI.

Menurut Ni'mah, (2021), Labelisasi halal ialah suatu penempatan tulisan halal dalam bungkus selaku bahan pertimbangan konsumen untuk membeli produk tersebut. Labelisasi halal ini diberikan oleh MUI kepada produsen yang mendaftarkan produknya di kantor MUI. Labelisasi halal ini bertujuan untuk menghindari terbentuknya penipuan, tidak hanya itu label halal pula bisa mempermudah konsumen dalam memilih produk demi kemanfaatan atau kesejahteraan mereka, dengan logo halal tersebut diharapkan dapat tingkatkan keyakinan konsumen muslim serta percaya dengan produk yang ingin mereka konsumsi.

(Logo Halal MUI Lama) (Logo Halal MUI Baru)



Gambar 2.1 Logo Halal MUI

2.3.2 Indikator Labelisasi Halal

Menurut Eri Agustian H dan Sujana (2020) terdapat beberapa indikator dari labelisasi halal, yaitu:

1. Proses pembuatan
2. Bahan baku utama
3. Bahan pembantu

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hal yang berguna untuk mengetahui bagaimana metode dan hasil penelitian terdahulu (Rahmawati, 2019) Maka penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini disajikan pada tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

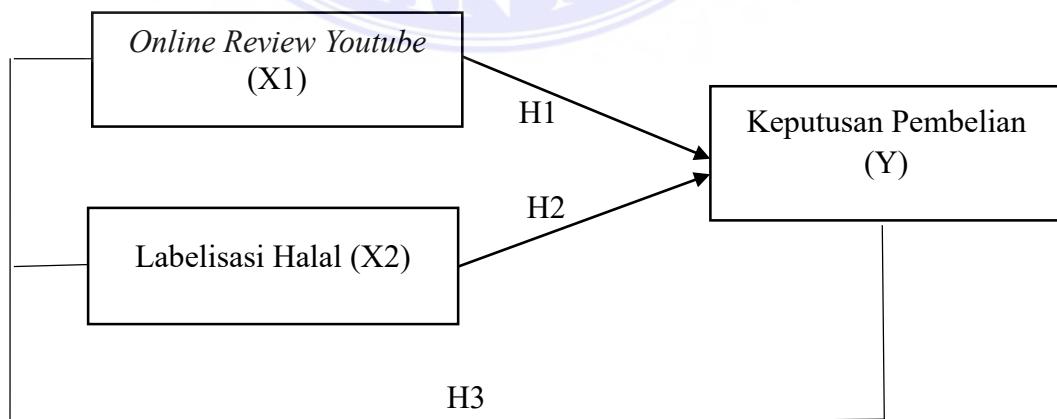
No	Peneliti dan tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	(Simatupang et al., 2022)	Media Sosial Youtube dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian	Media Sosial Youtube (X) Keputusan Pembelian (Y)	Berdasarkan dari hasil penelitian ini bahwa media sosial Youtube memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
2.	(Ni'mah, 2021)	Pengaruh <i>Online Review</i> Youtube, Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Samyang (Studi Pada Mahasiswa Di Surabaya)	<i>Online Review</i> Youtube (X1) Labelisasi Halal (X2) Harga (X3) Keputusan Pembelian (Y)	Berdasarkan dari hasil penelitian ini bahwa <i>Online Review</i> Youtube, Labelisasi Halal dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian
3.	(Wicaksana & Rachman, 2019)	Pengaruh Label Halal, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang	Label Halal (X1) Harga (X2) Citra Merek (X3) Keputusan	Berdasarkan dari hasil penelitian ini bahwa masing-masing variabel berpengaruh secara positif

No	Peneliti dan tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		Korea	Pembelian(Y)	terhadap keputusan pembelian
4.	(FitriAyu et al., 2022)	Pengaruh <i>Online Review</i> Youtube, Labelisasi Halal, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	<i>Online Review</i> Youtube (X1) Labelisasi Halal (X2) Harga (X3) Keputusan Pembelian (Y)	Berdasarkan dari hasil penelitian ini bahwa setiap variabel berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian
5.	(Masalah, 2020)	Apakah Label Halal Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Mie Samyang di Kota Banjarmasin?	Label Halal (X) Keputusan Pembelian (Y)	Berdasarkan dari hasil penelitian ini bahwa setiap variabel berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

Sumber : Penelitian Terdahulu

2.5 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian suatu penjelasan yang bersifat sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan dalam penelitian, dengan adanya kerangka pemikiran dalam penelitian (Mahmudah & Putra, 2021) Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu maka kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual pada Gambar 2.3, didefinisikan bahwa dalam penelitian ini ada (2) variabel bebas yaitu *online review Youtube* dan labelisasi halal, serta terselip (1) variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengamati secara persial maupun simultan pengaruh kedua variabel independen terhadap variabel dependen.

2.6 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:81) hipotesis penelitian ini merupakan jawaban sementara dari suatu penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta yang empiris dari pengumpulan data. Berdasarkan dari pengertian hipotesis, maka hipotesis penelitian ini adalah:

1. *Online review Youtube* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan Samyang.
2. Labelisasi halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan Samyang.
3. *Online review Youtube* dan labelisasi halal secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan Samyang.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan hal penting dalam penelitian karena untuk mempermudah peneliti dalam meningkatkan kualitas dari penelitian yang dilakukannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengacu pada jenis penelitian berdasarkan data statistik yang dikonversikan menjadi bentuk angka untuk dianalisis (Sugiyono, 2019). Metode pengumpulan data melalui survei dan penyebaran kuesioner pada titik lokasi tertentu. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi terkait pertanyaan yang akan dijawab dari beberapa responden yang diyakini mewakili kelompok.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa yang sudah pernah membeli dan mengkonsumsi mie instan Samyang di Kecamatan Medan Petisah.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di sekitaran universitas yang ada di daerah Medan Petisah dan akan dilaksanakan pada bulan Oktober sampai dengan November 2023.

Tabel 3.1
Pelaksanaan Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2023				2024	
		September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
1	Penyusun Seminar						
2	Seminar Proposal						
3	Pengumpulan Data						
4	Pengumpulan Kuesioner						
5	Seminar Hasil						
6	Pengajuan Meja Hijau						

Sumber : Waktu Penelitian

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ialah semua objek atau peristiwa yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Sugiyono (2019) populasi merupakan wilayah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang hendak dijadikan objek penelitian dalam proposal ini yaitu masyarakat yang bertempat tinggal di kecamatan Medan Petisah sebanyak 73.565 yang tercatat di website bps (Badan Pusat Statistik Medan).

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan ukuran sampel yang diambil merupakan langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sempana, 2019).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* yang akan menggunakan kriteria tertentu dalam menentukan responden. Penelitian ini terdapat populasi yang sangat besar dan tidak terbatas, maka peneliti melakukan perhitungan jumlah sampel dengan menggunakan rumus *Slovin*.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{73.565}{1+735,65}$$

$n = 99,8$ dibulatkan menjadi 100 responden

Keterangan :

n = jumlah sampel yang diperlukan

N = jumlah populasi (73.565)

e = tingkat kesalahan *sampling error* yaitu 0,1 (10%)

Berdasarkan perhitungan pengambilan sampel tersebut, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan kriteria sebagai berikut :

1. Mahasiswa aktif yang berdomisili di Kecamatan Medan Petisah.
2. Pernah membeli dan mengonsumsi mie instan Samyang lebih dari 1 kali

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional ini adalah sebagai petunjuk cara mengukur variabel dan merupakan informasi yang sangat membantu penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama (Pranyoto, 2021). Di bawah ini definisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan :

Tabel 3.2 Operasional Variabel

No.	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator Variabel	Skala Ukur
1.	<i>Online Review Youtube</i> (X1) (Sudirman, 2020)	<i>Online review Youtube</i> merupakan kegiatan penjualan melalui internet dimana pembeli mempelajari produk dari pelanggan yang telah mendapatkan manfaat dari produknya.	1. Isi atau konten dari <i>online review</i> 2. Intensitas ulasan dari <i>online review</i> 3. <i>Online review</i> negatif 4. <i>Online review</i> positif	Likert
2.	Labelisasi Halal (X2) (Eri Agustian H dan Sujana, 2020)	Labelisasi halal merupakan suatu penempatan tulisan halal dalam bungkus selaku bahan pertimbangan untuk konsumen kalau produk tersebut halal.	1. Proses pembuatan 2. Bahan baku utama 3. Bahan pembantu	Likert
3.	Keputusan Pembelian (Y) (Ansari, 2020)	Keputusan pembelian adalah proses yang mengintegrasikan pengetahuan untuk menilai beberapa alternatif perilaku untuk memilih salah satunya.	1. Kegiatan sebelum membeli 2. Perilaku pasca pembelian 3. Kebutuhan yang dirasakan 4. Perilaku waktu memakai	Likert

Sumber : Operasional Variabel

3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data utama (Sugiyono, 2014:131). Data primer juga disebut sebagai data asli. Untuk mendapatkan data primer ini, peneliti harus mengunpulkan secara langsung. Data primer ini untuk mendapatkan pendapat responden tentang *online review youtube* dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian mie instan Samyang yang diperoleh langsung oleh responden, berdasarkan penyebaran kuesioner dan wawancara pada mahasiswa.
2. Data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2014:137). Dapat dikatakan data sekunder merupakan hasil data yang diperoleh selain dari wawancara dan kuesioner yang dilakukan oleh peneliti. Adapun sumber data yang digunakan oleh peneliti selain wawancara dan kuesioner tersebut, yaitu buku, jurnal dan internet.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner melalui Google Form. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan bantuan responden untuk mengumpulkan informasi yang berisi pertanyaan secara lisan maupun pertanyaan secara tertulis (Sempana, 2019). Kuesioner yang disebarkan oleh peneliti akan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden tentang variabel bebas (*online review Youtube*, labelisasi halal) produk mie instan Samyang. Bobot nilai angket yang ditentukan yaitu pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Bobot Nilai Angket

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Penyebaran khusus kuesioner diberikan kepada 30 responden diluar dari sampel penelitian. Pengujian ini menggunakan bantuan SPSS versi 25 dengan uji *Pearson Correlation*. Nilai r tabel yang didapatkan dari $df = N-2 = 30-2 = 28$, dengan nilai toleransi 0,1 yaitu sebesar 0,306. Berikut merupakan hasil uji validitas setiap pernyataan pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Online Review Youtube (X1)	Isi atau konten dari <i>online review</i>	X1.1	0,654	0,306	Valid
		X1.2	0,651		Valid
	Intensitas ulasan dari <i>online review</i>	X1.3	0,643		Valid
		X1.4	0,738		Valid
	Online review negatif	X1.5	0,587		Valid
		X1.6	0,719		Valid
	Online review positif	X1.7	0,569		Valid
		X1.8	0,694		Valid
Labelisasi	Proses pembuatan	X2.1	0,743		Valid

Variabel	Indikator	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
halal (X2)	Bahan baku utama	X2.2	0,743		Valid
		X2.3	0,848		Valid
		X2.4	0,860		Valid
	Bahan baku pembantu	X2.5	0,895		Valid
		X2.6	0,859		Valid
		Keputusan Pembelian (Y)	Kegiatan sebelum membeli		Y.1
Y.2	0,632				Valid
Perilaku sesudah membeli	Y.3		0,675		Valid
	Y.4		0,647	Valid	
Kebutuhan yang dirasakan	Y.5		0,784	Valid	
	Y.6		0,623	Valid	
Perilaku waktu memakai	Y.7		0,631	Valid	
	Y.8		0,525	Valid	

Pada Tabel 3.4, dapat dilihat bahwa nilai r_{hitung} keseluruhan butir pernyataan yang diuji bernilai positif dan lebih besar dari r_{tabel} yang besarnya 0,165. Maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika dilakukan pengukuran ulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha* yang diukur berdasarkan skala 0 sampai 1. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila hasil menunjukkan nilai $\alpha > 0,60$ (Sempana, 2019). Uji reliabilitas untuk mengindikasikan konsistensi dan stabilitas alat ukur yang digunakan. Pengujian ini menggunakan bantuan SPSS versi 25 dengan uji *Cronbach Alpa*. Apabila nilai $\alpha > 0,60$ maka variabel dinyatakan reliabel.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Online Review Youtube (X1)</i>	0,804	Reliabel
Labelisasi Halal (X2)	0,904	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,797	Reliabel

Dari Tabel 3.5 dapat dilihat bahwa keseluruhan variabel dinyatakan reliabel karena nilai $\alpha > 0,60$. Nilai reliabilitas diatas menunjukkan tingkat reliabilitas instrumen memadai karena sudah mendekati 1.

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Nuryadi et al.,(2019) Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan analisis grafik dan statistik yang dihasilkan dari perhitungan regresi, diantaranya Grafik Histogram dan Grafik *Normality Probability Plot*.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearista dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antara variabel independen dalam model regresi. Uji asumsi dasar ini diterapkan untuk analisis regresi yang terdiri dari dua variabel atau lebih dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaru antar variabel melalui besaran koefisien korelasi. Jika nilai VIF (*Variance Infaltion Factor*) < 10 atau nilai toleransinya $> 0,10$ maka kesimpulannya tidak terjadi masalah multikolinearitas begitu juga sebaliknya (Nurdany, 2019).

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji data yang memiliki nilai Sig. kurang dari 0,05 (Sig. <0,05) yaitu apabila data memiliki nilai lebih kecil dari Sig. 0,005 maka data memiliki heteroskedastisitas dan cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan uji scatter plot, uji scatter plot merupakan penggunaan titik-titik mewakili nilai untuk dua variabel numeric yang berbeda (Sempana, 2019).

3.9 Uji Statistik

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sujarweni (2015:160) Analisis regresi linier berganda merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih variabel bebas terhadap variabel. Model regresi linier berganda dengan memakai program *software SPSS* yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

X₁ = Variabel bebas (*online review youtube*)

X₂ = Variabel bebas (labelisasi halal)

a = Konstanta

b_{1,2,3} = Koefisien Regresi

e = Standart error (tingkat kesalahan) yaitu 0,1 (10%)

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sujarweni (2015:161) Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara

individual mempengaruhi variabel terikat. Uji t statistik yang bermaksud untuk menguji pengaruh secara pesial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan dengan tingkat keyakinan 90% ($\alpha = 0,01$).

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sujarweni (2015:126) Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1, X_2) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) dengan tingkat keyakinan 90% ($\alpha = 0,01$).

3.11 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sujarweni (2015:164) Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data. Koefisien determinan ini mengukur prosentase total varian variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas di dalam garis regresi. Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin besar R^2 (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel bebas secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel terikat.

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Nilai R square berada diantara 0 – 1, semakin dekat nilai R square dengan 1 maka garis regresi yang digambarkan menjelaskan 100% variasi dalam Y. Sebaliknya, jika nilai R square sama dengan 0 atau mendekatinya maka garis regresi tidak menjelaskan variasi dalam Y. Koefisien Determinasi merupakan besarnya kontribusi determinasi,

semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya (Nifak, 2019).



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian terkait pengaruh *online review youtube* dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk mie instan Samyang pada mahasiswa di Kecamatan Medan Petisah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Online review youtube* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan Samyang di Kecamatan Medan Petisah. Dinyatakan positif berarti jika *online review youtube* semakin baik maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Begitupun sebaliknya, jika *online review youtube* buruk maka kepuasan pelanggan akan menurun.
2. Labelisasi halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan Samyang di Kecamatan Medan Petisah. Dinyatakan positif karena labelisasi halal menjadi salah satu faktor dalam menentukan keputusan pembelian produk mie instan Samyang, yang pada dasarnya labelisasi halal ini banyak berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Begitupun sebaliknya jika produk mie instan Samyang tidak mempunyai label halal keputusan pembelian akan menurun.

3. *Online review youtube* dan Labelisasi halal secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan Samyang di Kecamatan Medan Petisah. Dinyatakan positif berarti jika *online review youtube* dan labelisasi halal semakin baik maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika *online review youtube* dan labelisasi halal memburuk, maka keputusan pembelian juga akan menurun.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan, besarnya pengaruh *online review youtube* dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk mie instan Samyang terdapat nilai yang signifikan yang berarti konsumen melakukan keputusan pembelian karena variabel tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya, ada baiknya untuk memperluas variabel yang akan diteliti misalnya persepsi kemudahan, tingkat kepercayaan, risiko, *brand image* dan lain-lain agar penelitian yang berikutnya lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, I., & Sopiany, H. M. (2020). Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Korea, *87*(1,2), 149–200.
- Dong, Z. (2020). Pengaruh Label Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Samyang 1996, 49–56.
- Ii, B. A. B., Halal, A. L., & Penjualan, P. (2019). *Tinjauan Pustaka Mengenai Labelisasi Halal*. 32–51.
- Giri, B. L. F., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Analisis Pengaruh Online Review di Youtube, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, *7*(2), 586. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.467>
- Masalah, A. L. B. (2020). Bab I Pendahuluan "Apakah Label Halal Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk mie Samyang di Kota Banjarmasin?". *C. . Journal Information*, *2*(30), 1–17.
- Ni'mah, S. L. (2021). Pengaruh Online Review Youtube, Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk mie instan Samyang: Studi pada mahasiswa di Surabaya. *Repository Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, 1–108.
- Salqaura, S. A., Sipayung, R. C., & Salqaura, S. S. (2021). E-Marketing dan Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Pemasaran dengan Online Review sebagai Variabel Moderating. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, *8*(1), 26–36. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v8i1.5449>
- Ramadhayanti, A. N. A. (2019). *14379-39990-1-Sm*. *10*(1), 9–21.
- Rofianto, W., Pratama, A. R., & Felecia, A. (2021). Video Youtube Online Review Sebagai Pendorong Purchase dan E-WOM Intention. *Towards Economic Recovery by Accelerating Human Capital and Digital Transformation*, 1–9. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/3372>
- Abarca, R. M. (2021). Pengertian Keputusan Pembelian. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Ansari. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ponsel merek samsung. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, *7*(3), 227–242.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Dinawan, M. R., Kunci, K., Produk, K., Kompetitif, H., Merek, C., & Pembelian,

- K. (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(3), 335–369. www.cahyamotor.com/index
- Eri Agustian H dan Sujana. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *JIMKES (Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan)*, 1(2), 169–178.
- Mahmudah, F. N., & Putra, E. C. S. (2021). Tinjauan pustaka sistematis manajemen pendidikan: Kerangka konseptual dalam meningkatkan kualitas pendidikan era 4.0. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 9(1), 43–53. <https://doi.org/10.21831/jamp.v9i1.33713>
- Rahmawati, N. (2019). Analisis manajemen penggunaan dana pelayanan sosial CSR(corporate social responsibility) pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Palangka Raya. *Analisis Manajemen Penggunaan Dana Pelayanan Sosial CSR (Corporate Social Responsibility) Pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Palangka Raya (Doctoral Dissertation, IAIN Palangka Raya)*., April, 5–24.
- Simatupang, S., Efendi, E., Butarbutar, M., Chandra, E., & Silalahi, M. (2022). Media Sosial Youtube dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Manajemen*, Vol.8, No., 137–147.
- Sudirman, M. N. (2020). Pengaruh Online Review Youtube Terhadap Minat Beli Mobil Toyota Rush 2018 dengan Dimediasi Sikap Konsumen. *Program Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia*, 2007, 1–2.
- Terhadap, H., Pembelian, K., Mie, P., & Samyang, I. (2022). *S1_Feb_21801083034_Fitri Ayu Lestari*.
- Nurdany, A. (2019). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Rentabilitas Terhadap Pendapatan Margin Murabahah Bank Syariah (Studi Kasus pada PT. Bank Mega Syariah Periode 2005-2012). *Khazanah*, 5(2), 13–24. <https://doi.org/10.20885/khazanah.vol5.iss2.art2>
- Puspasari, H., & Puspita, W. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Kesehatan*, 13(1), 65. <https://doi.org/10.26630/jk.v13i1.2814>
- Sempana, D. (2019). Metode Penelitian. *Maranatha Edu*, 83–97. https://repository.maranatha.edu/1818/1/Bab_13_Metode_Penarikan_Sampel.pdf
- Mukrimaa, S. S., Nurdyansyah, Fahyuni, E. F., YULIA CITRA, A., Schulz, N. D., د غسان, Taniredja, T., Faridli, E. M., & Harmianto, S. (2019). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian

- Mie Instan Korea Samyang. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(August), 128.
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2019). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Korea, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet
- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2019). Bab 7 Uji Normalitas Data dan Homogenitas Data. *Dasar - Dasar Statistik Penelitian*, 81, 90–91. http://lppm.mercubuana-yogya.ac.id/wp-content/uploads/2017/05/Buku-Ajar_Dasar-Dasar-Statistik-Penelitian.pdf
- Pranyoto, R. A. P. (2021). *Penelitian BAB 3*. 1–23.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Nifak, K. (2019). Pengaruh Inflasi dan BI Rate Terhadap profitabilitas PT. BANK BCA SYARIAH (2012 - 2016). *UIN SATU TULUNGAGUNG Institutional Repository*, 17, 43. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9167/>
- We Are Social Hootsuite 2020 Data Pengguna Aplikasi Media Sosial di Indonesia
- Wartaekonomi.co.id, “Profil Perusahaan Samyang, Mie Instan Asal Korsel Yang Pedenya Disukai Rakyat Indonesia”) <https://www.wartaekonomi.co.id/read289726/profil=Perusahaan=Samyang=Mie=Instan=Asal=Korsel=Yang=Pedesnya=Disukai=Rakyat=Indonesia?Page=all>.
- Samyangfood.com, “Samyang Company” <https://www.samyangfoods.com/eng/information/company/index.do>.

Lampiran 1 Kuesioner Pra-Survey

KUESIONER PRA-SURVEY PENELITIAN

Pengaruh *Online Review Youtube* dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Samyang (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Medan Petisah)

Kepada responden yang terhormat, saya mohon ketersediaan anda untuk menjawab pertanyaan dan pernyataan pada kuesioner untuk penelitian ini. Informasi yang anda berikan adalah sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi. Atas waktu dan ketersediaan anda untuk mengisi kuesioner, saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Apakah anda mengetahui produk mie instan Samyang?		
2.	Menurut anda apakah rasa mie instan Samyang terasa pedas?		
3.	Menurut anda apakah mie instan Samyang termasuk mie instan asal Korea yang populer?		
4.	Menurut anda apakah harga 22ribu sangat terjangkau?		
5.	Apakah anda tahu mie instan Samyang karena viralnya?		
6.	Apa kamu tahu mie instan asal Korea lain nya selain mie instan Samyang?		
7.	Apakah kamu tahu banyak jenis dan rasa dari produk mie instan Samyang?		

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh *Online Review Youtube* dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Samyang (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Medan Petisah)

Responden yang terhormat, saya mohon ketersediaan anda untuk menjawab pertanyaan dan pernyataan pada kuesioner untuk penelitian ini. Informasi yang anda berikan adalah sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi. Atas waktu dan ketersediaan anda untuk mengisi kuesioner, saya ucapkan terima kasih.

Nama :
 Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
 Tahun Masuk Universitas :
 Perguruan Tinggi : Universitas Panca Budi
 Universitas Prima Indonesia

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang (✓) pada salah satu jawaban pada kolom yang tersedia untuk jawaban yang paling tepat menurut persepsi anda setelah mengkonsumsi mie instan samyang. Keterangan mengenai skor penilaian :

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

1. Pernyataan yang berhubungan dengan *Online Review Youtube* (X1)

No.	Penyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	melihat konten online review Samyang					
2.	konten online review memberikan informasi yang berguna					
3.	membaca ulasan online tentang mie Samyang					
4.	menemukan banyak ulasan online mie Samyang					
5.	ulasan online negatif sebagai pertimbangan dalam membeli					
6.	ulasan online negatif membantu sebelum membeli produk yang berkualitas buruk					
7.	mempertimbangkan ulasan positif mie Samyang sebelum membeli					
8.	ulasan positif membantu konsumen sebelum membeli					

2. Pernyataan yang berhubungan dengan Labelisasi Halal (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	mencari informasi tentang proses pembuatan					
2.	ingin lebih tau detail pembuatan produk					
3.	membaca label pada kemasan produk					

4.	bahan baku utama berpengaruh terhadap rasa					
5.	memperhatikan jenis bahan pembantu yang digunakan pembuatan produk					
6.	bahan pembantu tidak berpengaruh terhadap rasa					

3. Pernyataan yang berhubungan dengan Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	melihat produk secara langsung sebelum membeli					
2.	mencari informasi tentang kehalalan produk					
3.	merekomendasikan produk ke orang lain					
4.	membaca cara penyajian pada kemasan produk					
5.	kebutuhan terhadap suatu produk mempengaruhi kehidupan					
6.	perlu tau dampak dari produk untuk kesehatan setelah dikonsumsi					
7.	memiliki kebiasaan menggunakan produk pada hari tertentu					
8.	selalu ingin membagi pengalaman setelah memakai produk					

Lampiran 3 Data Sampel 30 Responden Uji Instrumen

Online Review Youtube (X1)

NO.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	5	3	38
2	5	5	5	5	4	5	5	5	39
3	4	5	4	5	5	4	5	4	36
4	5	5	5	4	5	5	4	4	37
5	5	4	4	5	4	5	4	5	36
6	5	5	5	5	5	4	4	4	37
7	4	4	5	5	4	4	5	4	35
8	3	4	4	4	4	3	3	3	28
9	4	4	3	3	4	4	5	3	30
10	4	4	4	5	5	5	5	5	37
11	5	3	3	4	4	4	5	4	32
12	5	5	5	5	5	5	4	4	38
13	5	5	5	5	4	4	3	2	33
14	5	5	5	5	4	4	5	5	38
15	5	2	4	4	5	3	4	3	30
16	5	5	5	4	4	4	5	5	37
17	5	5	4	3	5	4	4	5	35
18	5	4	4	4	4	4	4	4	33
19	5	4	4	4	4	4	4	4	33
20	4	5	4	4	4	4	4	3	32
21	3	3	4	4	4	4	4	4	30
22	4	4	3	4	4	5	5	5	34
23	4	4	3	4	4	4	5	4	32
24	5	5	4	4	4	4	4	3	33
25	5	4	5	4	4	4	3	3	32
26	4	4	4	4	4	4	3	2	29
27	4	3	3	4	4	4	4	3	29
28	4	5	4	4	4	3	4	3	31
29	3	3	3	2	3	3	3	2	22
30	5	5	4	4	4	4	5	4	35

Labelisasi Halal (X2)

NO.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
1	4	4	5	4	5	5	27
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	4	4	24
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	3	4	3	4	3	21
9	4	4	3	4	4	4	23
10	4	4	3	3	3	3	20
11	5	4	4	3	4	3	23
12	5	5	5	4	5	4	28
13	5	3	5	5	4	4	26
14	4	5	5	5	4	4	27
15	3	3	3	3	3	2	17
16	4	4	5	5	5	5	28
17	5	3	4	5	5	5	27
18	4	3	4	3	3	4	21
19	5	4	5	4	4	4	26
20	4	3	4	3	4	4	22
21	4	3	4	4	4	3	22
22	4	4	5	3	5	4	25
23	3	3	4	3	4	4	21
24	4	4	4	3	4	3	22
25	4	4	4	3	3	3	21
26	4	4	4	4	4	3	23
27	5	4	4	4	4	3	24
28	4	5	4	3	4	4	24
29	3	2	3	2	2	2	14
30	5	4	4	4	4	3	24

Keputusan Pembelian (Y)

NO.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
1	4	4	5	5	5	3	5	4	35
2	4	4	5	4	4	3	4	5	33
3	5	4	4	4	3	3	4	4	31
4	4	4	4	5	3	4	4	4	32
5	5	5	5	5	4	4	4	4	36
6	4	4	4	5	4	4	4	5	34
7	4	5	4	5	4	5	5	5	37
8	3	3	3	2	2	4	4	3	24
9	4	4	5	4	3	3	4	3	30
10	4	3	5	5	2	3	3	4	29
11	4	4	4	4	3	2	3	2	26
12	5	4	5	5	5	5	5	4	38
13	5	5	4	4	3	4	5	4	34
14	4	4	5	4	5	4	5	4	35
15	3	3	4	4	4	3	3	4	28
16	3	2	4	5	3	4	5	4	30
17	4	3	5	3	3	5	5	5	33
18	3	2	4	4	3	4	4	4	28
19	4	3	4	4	4	5	5	5	34
20	3	3	4	3	3	3	4	4	27
21	3	3	4	4	3	3	4	4	28
22	4	4	5	5	4	5	4	3	34
23	4	4	5	5	4	3	4	4	33
24	4	3	4	4	3	3	4	4	29
25	5	5	4	5	4	2	3	3	31
26	4	4	4	4	3	3	4	3	29
27	3	3	4	4	3	3	4	4	28
28	5	4	5	5	4	4	4	4	35
29	3	2	3	3	2	2	3	3	21
30	5	3	4	4	4	3	4	5	32

Lampiran 4 Data Sampel Penelitian 100 Responden

Online Review Youtube (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
5	4	5	4	5	4	5	5	37
5	4	4	5	4	5	4	5	36
4	5	4	5	5	4	5	4	36
5	5	5	4	5	4	5	5	38
3	4	3	4	4	3	4	3	28
4	5	5	4	5	4	5	5	37
4	5	4	5	5	4	5	4	36
5	5	4	5	4	1	4	5	33
4	5	5	5	5	5	5	4	38
3	3	4	4	3	3	4	4	28
4	4	5	5	5	4	5	4	36
4	5	3	5	5	4	5	4	35
4	4	3	2	3	4	3	4	27
4	5	4	5	4	5	5	5	37
5	5	5	5	2	4	5	4	35
4	5	5	4	4	5	4	5	36
4	5	5	4	5	4	5	5	37
4	5	4	5	5	4	5	4	36
3	4	3	4	4	4	3	3	28
4	5	4	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	4	3	4	5	36
4	3	4	4	4	4	3	4	30
4	5	5	4	5	5	5	4	37
3	4	4	4	5	4	4	4	32
4	4	2	5	3	3	4	4	29
4	5	4	5	5	4	5	5	37
5	5	4	4	5	4	4	4	35
5	4	5	4	5	5	4	5	37
5	5	5	5	5	5	4	4	38
5	4	4	4	4	4	4	4	33
3	3	4	4	3	4	4	4	29
2	3	2	2	2	3	2	2	18
3	4	4	3	3	4	4	3	28
4	5	4	5	5	5	5	4	37
4	5	5	4	4	5	5	5	37
4	4	4	4	4	3	3	3	29
5	5	5	4	5	5	4	5	38

2	3	2	3	2	2	3	2	19
4	5	5	4	5	5	4	5	37
3	3	3	4	4	5	4	3	29
4	4	4	4	5	4	5	4	34
3	3	3	4	3	4	3	4	27
5	4	5	5	5	4	5	5	38
4	3	3	4	3	4	4	4	29
4	5	5	5	5	5	5	5	39
2	3	2	3	3	2	3	3	21
5	5	5	4	5	5	5	4	38
4	5	5	5	4	5	5	4	37
4	4	4	3	4	4	4	3	30
5	5	5	4	4	5	5	5	38
5	4	4	5	5	5	4	5	37
4	5	5	5	5	5	4	5	38
5	4	5	4	5	5	5	5	38
3	4	4	3	4	4	4	4	30
5	5	5	4	5	5	4	5	38
4	4	3	3	4	4	4	3	29
4	5	5	4	5	4	5	5	37
4	4	3	4	4	4	3	4	30
4	4	4	5	5	4	5	5	36
5	5	5	4	5	4	5	5	38
4	5	5	5	5	5	5	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	4	4	4	5	5	36
4	4	4	4	5	4	4	5	34
3	4	3	3	4	3	3	4	27
4	5	4	5	5	4	5	5	37
4	5	5	4	4	5	5	4	36
4	4	4	3	4	3	3	4	29
4	5	4	4	5	5	5	4	36
5	5	4	4	5	5	5	5	38
2	2	2	3	3	3	3	3	21
5	4	4	4	4	5	5	5	36
4	5	5	4	5	4	5	5	37
4	4	5	4	5	4	5	5	36
4	5	5	4	5	5	4	5	37
2	2	3	3	2	3	3	3	21
4	4	4	5	4	5	4	5	35
4	3	4	4	3	4	4	4	30

4	5	5	4	5	5	4	5	37
4	3	4	4	4	4	3	3	29
4	4	5	4	5	5	5	5	37
4	5	4	4	5	4	5	5	36
2	2	3	3	2	2	2	3	19
4	5	5	5	5	5	4	5	38
4	4	5	5	5	5	4	5	37
4	3	3	4	3	4	4	4	29
2	2	3	2	3	3	3	2	20
4	5	5	5	5	5	5	4	38
3	3	3	4	4	3	4	4	28
4	5	5	5	5	4	5	5	38
2	3	3	2	2	2	3	2	19
4	5	4	5	5	5	4	5	37
3	4	4	4	4	4	4	3	30
4	5	5	5	5	4	5	5	38
3	3	2	3	3	2	2	2	20
4	4	3	3	4	4	4	3	29
4	4	5	5	5	5	4	5	37
3	3	4	3	4	4	4	3	28
4	4	5	5	4	5	5	4	36
2	2	2	2	2	2	2	3	17

Labelisasi Halal (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
4	5	4	5	4	5	27
4	4	4	5	3	4	24
5	5	3	4	5	4	26
4	5	4	5	4	4	26
4	3	4	3	4	3	21
5	5	4	5	4	5	28
4	5	1	4	5	5	24
5	5	5	4	4	4	27
4	4	5	5	1	5	24
3	4	4	3	4	4	22
5	5	4	4	5	4	27
5	4	5	5	5	5	29
3	3	4	4	3	4	21
4	5	5	4	5	5	28
4	5	4	2	5	5	25

4	4	5	5	4	5	27
4	5	4	5	4	5	27
5	4	5	5	4	5	28
4	4	4	3	4	3	22
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	2	5	5	25
3	4	4	3	4	4	22
4	4	5	5	5	4	27
3	3	4	4	4	4	22
5	2	4	4	5	4	24
5	5	4	5	4	5	28
2	5	4	4	5	5	25
5	4	5	5	5	5	29
5	4	5	4	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	4	4	3	22
2	2	3	3	3	3	16
4	3	4	4	3	3	21
5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	4	4	3	23
5	4	5	5	5	4	28
3	2	3	2	3	2	15
5	4	5	5	5	4	28
4	4	3	4	4	4	23
5	5	5	4	5	4	28
3	4	4	4	4	3	22
5	5	5	4	5	4	28
4	3	3	4	4	4	22
5	4	5	5	5	4	28
3	2	2	3	4	2	16
5	5	4	5	5	5	29
5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	4	4	3	23
5	5	4	5	5	4	28
4	5	5	5	5	4	28
5	4	5	4	5	5	28
4	5	5	4	5	5	28
4	3	4	4	4	3	22
5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	4	3	4	23

5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	4	3	4	23
5	4	5	5	5	4	28
4	5	5	5	5	4	28
5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	4	4	3	21
5	4	5	5	5	5	29
5	5	4	4	4	5	27
3	4	3	4	4	3	21
4	5	5	4	5	5	28
5	5	4	5	5	4	28
4	4	4	4	4	3	23
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	4	5	4	28
3	2	2	3	2	2	14
5	4	5	5	5	4	28
4	4	5	5	5	4	27
4	5	5	5	4	4	27
4	5	4	5	5	5	28
3	3	3	3	3	2	17
5	5	5	4	5	5	29
4	3	4	5	3	4	23
5	4	5	4	5	4	27
3	3	4	3	4	4	21
5	4	5	5	5	4	28
5	4	5	5	5	5	29
3	2	3	3	2	3	16
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
4	3	4	4	4	3	22
3	3	2	2	3	3	16
5	5	4	5	5	5	29
4	3	5	4	4	3	23
5	4	5	5	4	4	27
2	2	3	2	3	2	14
5	5	5	4	5	5	29
4	3	4	4	4	3	22
4	5	5	4	5	5	28
3	3	3	2	2	2	15
4	4	4	4	4	3	23
5	5	5	5	5	4	29

4	3	4	4	4	3	22
5	5	4	5	5	5	29
3	5	3	2	3	2	18

Keputusan Pembelian (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTAL
4	5	5	4	5	4	4	5	36
5	5	4	5	5	5	4	5	38
4	5	5	4	5	5	4	5	37
5	5	4	5	5	5	4	5	38
4	4	3	4	3	4	4	4	30
5	4	5	3	5	4	5	5	36
4	5	4	4	5	5	4	5	36
5	4	5	5	5	5	4	5	38
4	4	5	5	5	5	5	5	38
3	4	3	4	4	3	3	4	28
5	4	5	4	5	4	5	4	36
4	5	5	4	5	2	5	5	35
3	4	3	1	3	4	4	4	26
5	4	5	4	5	5	4	5	37
4	5	4	5	5	5	4	5	37
5	3	4	5	4	5	5	5	36
5	4	5	4	5	1	4	4	32
4	5	5	5	5	4	5	5	38
4	4	1	4	3	4	4	4	28
5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	5	5	5	4	5	5	5	38
4	4	4	4	3	4	3	4	30
5	5	5	5	5	3	5	5	38
4	3	4	4	4	4	1	4	28
5	3	3	1	3	5	2	4	26
4	5	4	5	4	4	5	5	36
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	4	5	5	4	5	5	38
4	5	5	1	5	5	5	4	34
5	4	5	5	4	5	4	5	37
3	4	4	4	4	5	5	4	33
3	2	2	2	3	2	3	3	20
4	3	4	3	4	4	3	4	29

4	5	5	5	4	5	4	5	37
5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	4	3	4	3	4	4	3	29
5	5	5	4	5	5	5	4	38
3	2	2	3	3	3	3	2	21
5	5	4	5	4	5	5	5	38
4	3	4	4	3	4	4	4	30
5	5	4	5	5	4	5	4	37
3	4	3	4	4	4	3	4	29
5	5	4	5	5	4	5	4	37
4	4	4	3	4	4	3	4	30
5	5	5	5	4	5	5	5	39
3	3	2	3	3	3	2	3	22
5	5	5	4	4	5	5	5	38
4	4	4	5	5	5	4	5	36
4	4	4	4	3	4	4	4	31
5	5	5	4	5	5	5	4	38
5	5	4	5	5	5	5	4	38
4	5	5	5	5	4	5	5	38
4	5	5	5	5	5	4	5	38
4	4	4	3	4	4	4	4	31
5	4	4	5	5	5	5	4	37
3	4	4	4	3	4	4	4	30
5	5	4	5	5	5	4	5	38
3	4	4	3	4	4	4	4	30
5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	5	4	5	5	5	5	4	37
5	3	3	4	4	4	3	3	29
4	4	4	4	5	4	5	5	35
5	4	4	5	5	5	4	5	37
4	4	3	4	4	3	4	4	30
5	4	4	5	5	4	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	3	3	4	4	4	3	29
5	4	5	5	5	5	4	4	37
5	5	4	5	5	5	5	4	38
3	3	3	2	3	3	2	2	21
5	4	5	4	5	5	5	4	37
5	4	4	5	4	5	4	5	36
5	5	5	4	5	5	5	5	39

4	5	4	5	5	5	5	4	37
3	2	3	2	3	3	3	3	22
4	4	5	5	5	5	5	4	37
3	4	4	4	4	3	4	3	29
4	5	5	5	4	5	4	5	37
4	4	3	4	4	4	4	4	31
5	5	2	4	5	5	4	4	34
4	5	5	5	5	4	5	4	37
2	3	2	3	2	3	3	2	20
5	4	5	5	5	5	4	5	38
5	5	4	5	5	5	5	4	38
4	4	4	3	4	4	3	4	30
2	3	3	3	3	3	2	3	22
4	5	4	5	5	5	5	5	38
4	4	3	4	4	4	3	4	30
5	5	5	5	5	5	4	5	39
2	3	3	3	2	3	3	3	22
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	3	4	4	4	3	30
5	5	5	5	4	5	5	5	39
2	3	3	3	2	3	2	3	21
3	4	4	3	4	3	3	3	27
4	5	5	5	5	4	5	5	38
4	4	3	4	4	4	4	4	31
5	5	4	5	5	5	4	5	38
3	2	3	2	2	3	3	3	21

Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Online Review Youtube (X1)

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	TOTAL
X01	Pearson	1	.383*	.494**	.368*	.375*	.383*	.190	.307	.654**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		.037	.005	.045	.041	.037	.315	.099	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X02	Pearson	.383*	1	.567**	.373*	.259	.357	.179	.226	.651**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.037		.001	.042	.167	.053	.343	.229	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X03	Pearson	.494**	.567**	1	.608**	.381*	.280	-.061	.153	.643**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.005	.001		.000	.038	.134	.751	.419	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X04	Pearson	.368*	.373*	.608**	1	.441*	.509**	.305	.337	.738**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.045	.042	.000		.015	.004	.101	.068	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X05	Pearson	.375*	.259	.381*	.441*	1	.372*	.222	.280	.587**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.041	.167	.038	.015		.043	.237	.134	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X06	Pearson	.383*	.357	.280	.509**	.372*	1	.413*	.529**	.719**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.037	.053	.134	.004	.043		.023	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X07	Pearson	.190	.179	-.061	.305	.222	.413*	1	.645**	.569**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.315	.343	.751	.101	.237	.023		.000	.001

N		30	30	30	30	30	30	30	30	30
X08	Pearson Correlation	.307	.226	.153	.337	.280	.529**	.645**	1	.694**
	Sig. (2-tailed)	.099	.229	.419	.068	.134	.003	.000		.000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.654**	.651**	.643**	.738**	.587**	.719**	.569**	.694**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.001	.000	
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30

Labelisasi Halal (X2)

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	TOTAL
X01	Pearson Correlation	1	.524**	.566**	.637**	.582**	.462*	.743**
	Sig. (2-tailed)		.003	.001	.000	.001	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X02	Pearson Correlation	.524**	1	.550**	.516**	.583**	.504**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.003		.002	.004	.001	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X03	Pearson Correlation	.566**	.550**	1	.649**	.756**	.710**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X04	Pearson Correlation	.637**	.516**	.649**	1	.702**	.712**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X05	Pearson Correlation	.582**	.583**	.756**	.702**	1	.799**	.895**
	Sig. (2-tailed)							

	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X06	Pearson	.462*	.504**	.710**	.712**	.799**	1	.859**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.010	.005	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson	.743**	.743**	.848**	.860**	.895**	.859**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

Keputusan Pembelian (Y)

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	TOTAL
Y01	Pearson	1	.707**	.427*	.449*	.437*	.135	.152	.125	.661**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		.000	.019	.013	.016	.476	.422	.509	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y02	Pearson	.707**	1	.379*	.459*	.473**	.108	.134	-.044	.632**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000		.039	.011	.008	.571	.480	.819	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y03	Pearson	.427*	.379*	1	.516**	.551**	.270	.271	.203	.675**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.019	.039		.004	.002	.149	.147	.281	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y04	Pearson	.449*	.459*	.516**	1	.529**	.162	.088	.149	.647**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.013	.011	.004		.003	.393	.646	.433	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y05	Pearson	.437*	.473**	.551**	.529**	1	.306	.420*	.338	.784**
	Correlation									

	Sig. (2-tailed)	.016	.008	.002	.003		.100	.021	.068	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y06	Pearson	.135	.108	.270	.162	.306	1	.718**	.470**	.623**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.476	.571	.149	.393	.100		.000	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y07	Pearson	.152	.134	.271	.088	.420*	.718**	1	.507**	.631**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.422	.480	.147	.646	.021	.000		.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y08	Pearson	.125	-.044	.203	.149	.338	.470**	.507**	1	.525**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.509	.819	.281	.433	.068	.009	.004		.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson	.661**	.632**	.675**	.647**	.784**	.623**	.631**	.525**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

2. Hasil Uji Reliabilitas

Online Review Youtube (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.804	8

Labelisasi Halal (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.904	6

Keputusan Pembelian (Y)

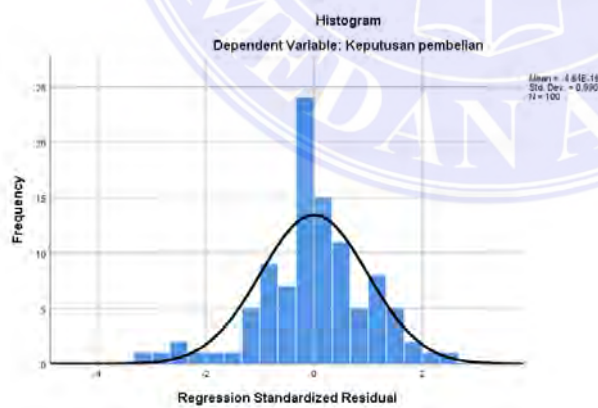
Reliability Statistics

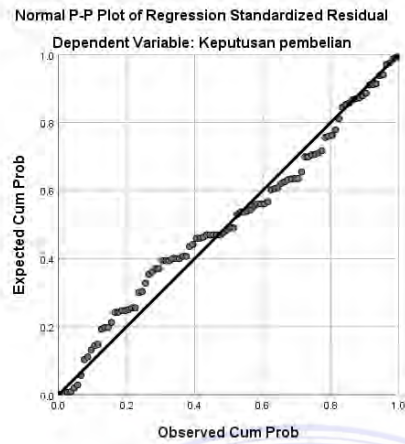
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.797	8

Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Grafik Histogram

*Probability Plot*



2. Hasil Uji Multikolinearitas

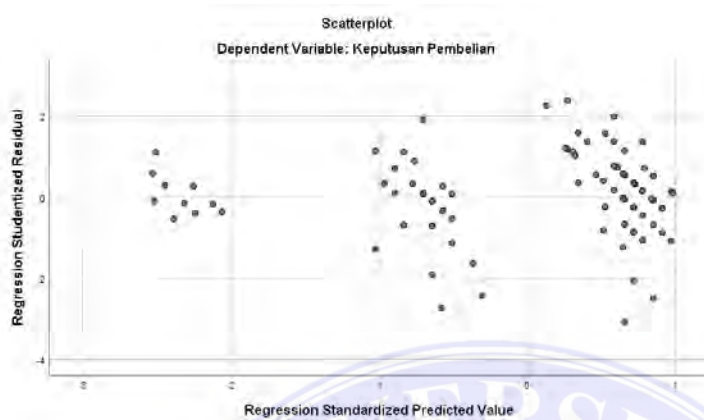
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.305	1.023		2.253	.026		
	Online review youtube	.705	.084	.726	8.445	.000	.122	8.210
	Labelisasi halal	.322	.115	.240	2.794	.006	.122	8.210

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Scatterplot



Lampiran 7 Hasil Persamaan Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2.305	1.023		2.253	.026
	Online Review Youtube	.705	.084	.726	8.445	.000
	Labelisasi Halal	.322	.115	.240	2.794	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2.305	1.023		2.253	.026
	Online Review Youtube	.705	.084	.726	8.445	.000
	Labelisasi Halal	.322	.115	.240	2.794	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2828.995	2	1414.498	506.287	.000 ^b
	Residual	271.005	97	2.794		
	Total	3100.000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal, Online Review Youtube


Lampiran 9 Hasil Uji Determinasi (Uji R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.955 ^a	.913	.911	1.67149

a. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal, Online Review Youtube

Lampiran 10 Surat Pengantar Riset dari Fakultas



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366870, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
 Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
 Email : univ.medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 927 / FEB /01.1/ X / 2023
 Lamp : -
 Perihal : Izin Research / Survey

19 Oktober 2023

Kepada Yth,
Badan Riset Dan Inovasi Daerah Kota Medan

Dengan hormat,
 Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudara , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

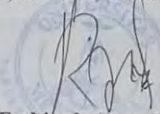
N a m a : ATIKAH SAFITRI
NPM : 198320165
Program Studi : Manajemen
Judul : **Pengaruh Online Review Youtube Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Samyang (Studi Kasus Pada mahasiswa Di Medan Petisah)**

Untuk diberi izin mengambil data pada perusahaan yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang,
 Inovasi, Kemahasiswaan Dan Alumni


Rana Fathinah Ananda, SE, M. Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal

Lampiran 11 Surat Balasan Izin Riset dari Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan



PEMERINTAH KOTA MEDAN
BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH
 Jalan Jenderal Besar A. H. Nasution Nomor 32 Medan Kode Pos 20143
 Telp. (061) 7873439 Fax. (061) 7873314
 E-mail : brida@pemkomedan.go.id Website : www.berida.pemkomedan.go.id

SURAT KETERANGAN RISET

Nomor : 000.9/2281

DASAR	: 1. Peraturan Daerah Kota Medan Nomor : 8 Tahun 2022, tanggal 30 Desember 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 15 Tahun 2016 Tentang Pembentukan Perangkat Daerah Kota Medan. 2. Peraturan Walikota Medan Nomor : 97 Tahun 2022, tanggal 30 Desember 2022 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Medan.
MENIMBANG	: Surat dari Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area Nomor: 927/FEB/01.1/X/2023 Tanggal: 19 Oktober 2023. Perihal Izin Research / Survey.
NAMA NIM JURUSAN LOKASI JUDUL	: Atikah Safitri : 198320165 : Manajemen : Kecamatan Medan Petisah Kota Medan : "Pengaruh Online Review Youtube dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Samyang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Medan Petisah)"
LAMANYA	: 2 (Dua) Bulan.
PENANGGUNG JAWAB	: Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Melakukan Riset, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Riset terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Perangkat Daerah lokasi yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Riset.
3. Tidak dibenarkan melakukan Riset atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah ditetapkan.
4. Hasil Riset diserahkan kepada Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan selambat-lambatnya 2 (dua) bulan setelah Riset dalam bentuk *softcopy* atau melalui Email (brida@pemkomedan.go.id).
5. Surat keterangan Riset dinyatakan batal apabila pemegang surat keterangan tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat keterangan Riset ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : M e d a n
 Pada Tanggal : 23 Oktober 2023



Ditandatangani secara elektronik oleh
**KEPALA BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH
 KOTA MEDAN,**

MANSURSYAH, S. Sos, M. AP
 Pembina Tk. I (N/0)
 NIP 196805091989091001

Tembusan :

1. Wali Kota Medan (sebagai Laporan).
2. Camat Medan Petisah Kota Medan.
3. Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
4. Arsip.



Dokumen (naskah) ditandatangani secara elektronik, menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSSN
 UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 / Dokumen Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik, dan/atau data elektronik yang diakui oleh badan hukum.

Lampiran 12 Balasan Surat Selesai Riset dari Kecamatan Medan Petisah



**PEMERINTAH KOTA MEDAN
KECAMATAN MEDAN PETISAH**

Jalan Sultan Iskandar Muda Nomor 270 A, Medan Petisah, Medan, Sumatera Utara 20112,
Telepon. (061) 4562042
Laman www.medanpetisah.pemkomedan.go.id, pos-el medanpetisah@pemkomedan.go.id

SURAT KETERANGAN SELESAI RISET
NOMOR : 000.9 / 0008.1

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arafat Syam, S.STP.
NIP : 199110062012061001
Pangkat/Gol Ruang : Penata Tk. I
Jabatan : Camat Medan Petisah

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Mahasiswa :

Nama : Atikah Safitri
NPM : 19832016
Jurusan : Manajemen
Universitas : Universitas Medan Area

Adalah benar telah menyelesaikan Riset Tugas Akhir di Kecamatan Medan Petisah dengan **BAIK** (laporan riset terlampir).

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sepenuhnya.

Dikeluarkan di : Medan
Pada Tanggal : 04 Januari 2023
Camat Medan Petisah



Arafat Syam, S.STP.
Penata Tk. I
NIP.199110062012061001