

ABSTRAK

Ahmad Shohip, 2021 “Pengaruh Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mi Samyang dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN MADURA)” Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura, pembimbing: Ira Hasti Priyadi, M.A.

Kata Kunci: Harga, Label Halal, dan Keputusan Pembelian.

Produksi, konsumsi, dan distribusi merupakan tiga aspek yang tidak akan pernah lepas dari kegiatan-kegiatan ekonomi yang sering dilakukan oleh manusia. kegiatan konsumsi merupakan bagaimana seseorang menggunakan ataupun memanfaatkan barang atau jasa dengan kebutuhan yang sesuai pada ajaran agama didalam agama Islam manusia dilarang *ishraf* atau berlebih-lebihan. dalam membuat keputusan untuk membeli suatu barang harus mempertimbangkan beberapa hal yaitu barang yang dibeli tidak haram secara zatnya dan cara mendapatkan tidak dengan cara yang haram.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu: *pertama*, untuk mengetahui apakah harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Madura. *Kedua* untuk mengetahui apakah label halal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Madura. *Ketiga* untuk mengetahui pengaruh harga dan label halal terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Madura..

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik analisis *regresi linear* berganda, dan menggunakan bantuan alat analisis SPSS 24. Jenis data yakni data primer dan data sekunder responden sebanyak 224 mahasiswa ekonomi syariah di IAIN Madura. Instrumen yang digunakan adalah pengumpulan data yaitu *kuesioner* (angket) pembuktian hipotesis menggunakan uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *pertama*, berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} (5,320) > t_{tabel} (1,971)$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dalam artian harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk mi samyang oleh mahasiswa ekonomi syariah IAIN Madura. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwadengan nilai $t_{hitung} (3,234) > t_{tabel} (1,971)$ dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, dalam artian label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk mi samyang oleh mahasiswa ekonomi syariah IAIN Madura. *Kedua*, hasil uji F memperoleh $F_{hitung} 139,186 > F_{tabel} 3,036$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa harga dan label halal secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk mi samyang oleh mahasiswa ekonomi syariah IAIN Madura. *Ketiga*, berdasarkan nilai koefisien determinasi harga dan label halal berpengaruh sebesar 55,7% dan 44,3% dipengaruhi oleh variabel lain.