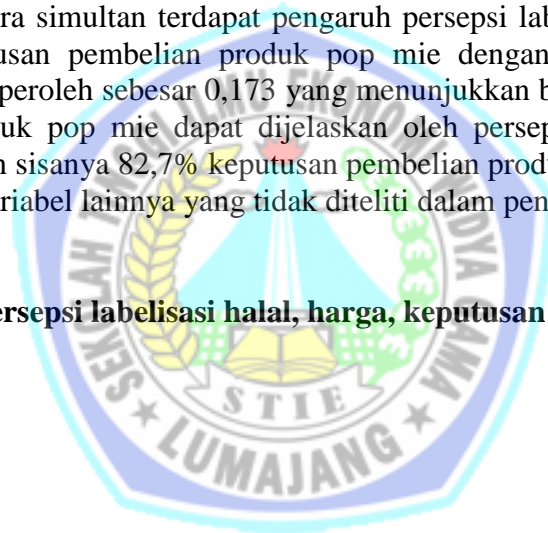


**PENGARUH PERSEPSI LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK POP MIE
(Studi Kasus Pada Obyek Wisata Joyokarto)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk Pop Mie (Studi Kasus Pada Obyek Wisata Joyokarto), baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pengunjung Obyek Wisata Joyokarto. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda yang diolah dengan menggunakan program SPSS 16.0 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel persepsi labelisasi halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk pop mie dan variabel harga tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk pop mie. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh persepsi labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk pop mie dengan koefisien determinasi (*adjusted R²*) diperoleh sebesar 0,173 yang menunjukkan bahwa 17,3% keputusan pembelian produk pop mie dapat dijelaskan oleh persepsi labelisasi halal dan harga sedangkan sisanya 82,7% keputusan pembelian produk pop mie dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: persepsi labelisasi halal, harga, keputusan pembelian.



**THE INFLUENCE OF PERCEPTION HALAL LABELING AND PRICE ON
PURCHASE DECISIONS A POP NOODLE PRODUCTS
(CASE STUDY IN JOYOKARTO TOURISM OBJECT)**

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of perception halal labeling and price on purchasing decisions a pop noodle products (case study In Joyokarto tourism object), either partially or simultaneously. This was causal associative study employing the quantitative approach. The population of this study is a visitor Joyokarto tourist attraction. Technique of sampling by using purposive sampling technique. Method of data analysis used is method of doubled linear regression analysis which processed by using program of SPSS 16.0 for windows. The results showed that the perceptual variables of halal labeling have an influence on the decision to purchase pop noodle products and price variables have no effect on the decision of purchasing pop noodle products. While simultaneously there is influence of perception of halal labeling and price to decision of purchasing of pop noodle product with coefficient of determination (adjusted R^2) obtained by 0,173 indicating that 17,3% decision purchase of pop noodle product can be explained by perception of halal labeling and price while the rest 82,7% decision of purchase of pop noodle product influenced by variable of other variable not examined in this research.

Keyword : perception of halal labeling, price, purchase dication.

