

ABSTRAK

Hamisah, 2016. *Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kedaluwarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kemasan Pada Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin*. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) H. Badrian, M.Ag. Pembimbing (II) Drs. H. Syahrudi, M.Fil.I.

Kata kunci: Label Halal dan Tanggal Kedaluwarsa, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatarbelakangi masalah tentang keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian konsumen merupakan perilaku konsumen yang diambil setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Namun, pada penelitian ini hanya mengambil 2 faktor saja, yaitu label halal dan tanggal kedaluwarsa.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang paling memengaruhi dalam keputusan pembelian oleh konsumen yaitu, label halal dan tanggal kedaluwarsa dalam memutuskan pembelian produk minuman kemasan pada mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin dan menganalisis faktor manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para mahasiswa IAIN Antasari, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Data penelitian yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan program SPSS versi 22. Teknik sampel yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam mengambil sampel, maksud dari pertimbangan-pertimbangan tertentu yang dijadikan sampel itu adalah orang yang pernah mengkonsumsi produk minuman kemasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel label halal dan tanggal kedaluwarsa berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian minuman kemasan oleh mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin dilihat dari hasil dari nilai F_{hitung} adalah sebesar 30.256 sementara F_{tabel} sebesar 3.09. Sementara nilai sig yang diperoleh adalah sebesar 0,000 dan nilai $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dibandingkan F_{tabel} . Label halal menjadi variabel yang paling dominan memberikan pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minuman kemasan oleh mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin sesuai dengan uji t hal ini dibuktikan dari angka *unstandardized coefficients* sebesar 0,167 serta *standardized coefficients* 0,371 serta taraf sig sebesar 0,000.