

## ABSTRAK

### PENGARUH LABEL HALAL DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN MIE INSTAN IMPOR PADA PELANGGAN INDOMARET

ILHAMI ITSANANISA GHILMA

14423013

Pembahasan dalam penelitian ini adalah permasalahan para Muslim yang mengkonsumsi mi instan impor baik mi instan yang memiliki label halal atau yang belum memiliki label halal. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh label halal dan dukungan sosial terhadap perilaku pembelian mi instan impor pada pelanggan Indomaret. Penelitian ini menggunakan data primer dengan memberikan kuesioner kepada pelanggan Indomaret dengan jumlah responden 75 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan dalam melakukan analisis data menggunakan SPSS versi 21. Hasil penelitian ini adalah bahwa label halal yang merupakan variabel dummy tidak berpengaruh terhadap perilaku pembelian mi instan impor dengan nilai Sig. ( $0,354 > 0,05$ ) dan nilai t hitung label halal sebesar  $0,932 < 1,666$ . Pada dukungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian mi instan impor dengan nilai Sig. ( $0,008 < 0,05$ ) dan nilai t hitung sebesar 2,723. Sedangkan label halal dan dukungan sosial berpengaruh secara simultan terhadap perilaku pembelian mi instan impor dengan nilai F hitung sebesar ( $3,853 > 2,74$ ).

**Kata kunci: Mi Instan Impor, Label Halal, Dukungan Sosial, Perilaku Pembelian**

**THE IMPACT OF HALAL LABEL AND SOCIAL SUPPORT PURCHASE  
INTENTION OF IMPORTED INSTANT NOODLES AMONG INDOMARET  
CUSTOMERS IN NGEMPLAK, SLEMAN, YOGYAKARTA**

**ILHAMI ITSANANISA GHILMA**

**14423013**

*The discussion in this study is the problem of Muslims who consume imported instant noodles either with or without halal label. The purpose of this study is to know the influence of halal label and social support in purchase behaviour toward imported instant noodles of Indomaret costumers. This study uses primary data by providing questionnaires for 75 respondents of Indomaret customers. The sampling itself uses purposive sampling technique and uses SPSS version 21 in data analyzing. The result of this research is that halal label which is dummy variable has no effect on buying behavior of imported instant noodles with Sig value. (0,354 > 0.05) and t-count on respondents who viewed halal label (0,354 < 1.666) and respondents who did not see halal label had t count equal to (0,354 < 1,666). On social support, it have a significant effect on the purchase of imported instant noodles with the value of Sig. (0.008 < 0.05) and the value of t-count (2.723 > 1.666). While the halal label and social support simultaneously affect the purchase behavior of imported instant noodles with the value of F arithmetic amount (3.853 > 2.74).*

**Keywords: *Imported Instan Noodle, Halal Label, Social Support, Purchase Behaviour***