

**PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN LABELISASI  
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN  
SARIMI DI ALFAMIDI JERUK RAYA JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**CHAERILLYA**

**193402516367**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN LABELISASI  
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN  
SARIMI DI ALFAMIDI JERUK RAYA JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**Oleh:**

**CHAERILLYA**

**193402516367**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

### **PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN SARIMI DI ALFAMIDI JERUK RAYA JAKARTA SELATAN**

Merupakan hasil penelitian penulis, kecuali kutipan yang jelas sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kekeliruan atau kesalahan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta,



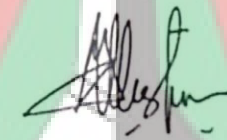
**Chaerillya**  
193402516367

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN SARIMI DI ALFAMIDI JERUK RAYA JAKARTA SELATAN**

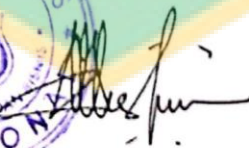
Nama Mahasiswa : **CHAERILLYA**  
Nomor Pokok : **193402516367**  
Program Studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta:

LEMBAR PENGESAHAN

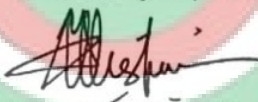
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN SARIMI DI ALFAMIDI JERUK RAYA JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **CHAERILLYA**  
Nomor Pokok : **193402516367**  
Program Studi : **MANAJEMEN**

Diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

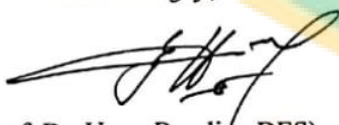
Menyetujui


Pembimbing Tugas Akhir,

  
(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Ketua Penguji,


Anggota/Penguji

  
(Prof. Dr. Umar Basalim, DES)

  
(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M)

Mengetahui

Dekan

  
(Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App. EC., Ph.D.,)

Jakarta :

Tanggal lulus:

## ABSTRAK

### **PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN SARIMI DI ALFAMIDI JERUK RAYA JAKARTA SELATAN**

Oleh : Chaerillya

NPM : 193402516367

Tugas Akhir dibawah bimbingan Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kesadaran merek, dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk mie instan sarimi di Alfamidi Jeruk Raya Jakarta Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk mie instan sarimi di Alfamidi Jeruk Raya Jakarta Selatan. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 96 orang. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda untuk menguji variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penelitian ini menemukan bahwa citra merek dan kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun labelisasi halal berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie instan sarimi di Alfamidi Jeruk Raya Jakarta Selatan.

Kata kunci : citra merek, kesadaran merek, labelisasi halal, mie instan sarimi

## ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, AND  
HALAL LABELIZATION ON PURCHASE DECISIONS OF SARIMI  
INSTANT NOODLE PRODUCTS AT ALFAMIDI JERUK RAYA, JAKARTA  
SELATAN***

By: Chaerilla

NPM : 193402516367

*The Final Project under the guidance of Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.*

*This study aims to analyze the effect of brand image, brand awareness, and halal labeling on purchasing decisions for Sarimi instant noodle products at Alfamidi Jeruk Raya, South Jakarta. The population in this study were customers who bought Sarimi instant noodle products at Alfamidi Jeruk Raya, South Jakarta. The sample used in the study was 96 people. Collecting data in this study using a questionnaire. This study uses multiple linear regression analysis techniques to test the independent variables on the dependent variable. The results of this study found that brand image and brand awareness had a positive and significant effect on purchasing decisions, however, halal labeling had a positive but not significant effect on purchasing decisions for Sarimi instant noodle products at Alfamidi Jeruk Raya, South Jakarta.*

*Keywords: brand image, brand awareness, halal labeling, sarimi instant noodles*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Diri

Nama : Chaerillya  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat Tanggal Lahir : Depok, 12 Mei 2001  
Alamat : Jalan Buni 2 RT.04/RW.14 No.08 B2 Beji  
Status : Belum Menikah  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
No. HP : 089653784380  
Email : [chaerillya@gmail.com](mailto:chaerillya@gmail.com)

### B. Data Pendidikan Formal

NO	Pendidikan	Tempat	Tahun
1	SDN BEJI 5 DEPOK	DEPOK	2007-2013
2	SMP NEGERI 5 DEPOK	DEPOK	2013-2016
3	SMA NEGERI 1 DEPOK	DEPOK	2016-2019
4	UNIVERSITAS NASIONAL	JAKARTA	2019-2023



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan puji serta syukur kepada Allah SWT. Karena berkat rahmat dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN SARIMI DI ALFAMIDI JERUK RAYA JAKARTA SELATAN”** dengan baik. Tujuan penulisan Tugas Akhir adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Dalam menyusun skripsi ini tentunya penulis mengalami hambatan serta rintangan yang cukup berat. Namun berkat dukungan, bantuan, dan semangat dari berbagai pihak, maka hambatan tersebut dapat penulis hadapi dan atasi dengan baik. Oleh karena itu, dengan rasa hormat dan kasih sayang penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App. EC., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Priono Hasiholan, S.T., selaku Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Dr. Resti Hardini, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nasional serta Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis yang penulis hormati. Terima kasih telah memberikan arahan, membantu memperbaiki kekurangan, dan memberikan solusi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Segenap Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

1. Diri saya yang telah kuat dan mampu bertahan dalam menghadapi rintangan hebat di hidup ini.
2. Orang tua tercinta, ayah Alm. Chaerul Azwar Chalik dan Ibu Muharni yang sudah membesarkan, merawat, dan menyayangi penulis. Terima kasih atas kasih sayang, dukungan, dan rasa sabar yang telah diberikan kepada penulis.
3. Nyunyun dan ayah Een yang telah banyak berkontribusi dalam dunia perkuliahan penulis, menyemangati, serta mendoakan penulis.
4. Kakak penulis, Chaerani yang telah mendukung dan memberikan saran serta nasihat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih sudah menjadi pendengar yang baik untuk penulis.
5. Fahmi Alan Saputra yang telah hadir menemani penulis. Terima kasih sudah menjadi sosok rumah ke-2 bagi penulis, meluangkan waktu, tenaga, dan selalu menyemangati penulis.
6. Sahabat penulis Sella dan Nova yang selalu memahami, menghibur, dan menyemangati penulis.
7. “*Bandot’s Reborn*”, Igna, Aul, Albina, Oma yang telah membantu, memberikan masukan, menyemangati penulis, dan menjadi sahabat penulis.
8. Teman seperjuangan Dena, Sindy, dan Setiani yang telah membantu, memberikan informasi, dan menemani penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman dekat Jarus, Sabrina, Fadlun, Ekay, Rehan, dan Chika yang telah menghibur dan menyemangati penulis.
10. Terima kasih kepada pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah menyemangati dan mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Terima kasih kepada teman-teman manajemen angkatan 2019 Universitas Nasional dan teman-teman jurusan lainnya atas pengalaman hidup yang berharga.

Penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik dengan selesainya tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh kata sempurna.

Penulis akan menerima masukan serta kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulisan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
1. Tujuan Penelitian .....	5
2. Kegunaan Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Pemasaran .....	7
1. Pengertian pemasaran .....	7
2. Manajemen Pemasaran .....	8
3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) .....	8
4. Citra Merek (Brand Image) .....	9
a. Pengertian citra merek .....	9
b. Manfaat citra merek .....	9
c. Langkah-langkah meningkatkan citra merek .....	10
d. Indikator citra merek .....	11
5. Kesadaran Merek (Brand Awareness) .....	11
a. Pengertian kesadaran merek .....	11
b. Faktor yang mempengaruhi kesadaran merek .....	12
c. Peran kesadaran merek .....	12
d. Indikator kesadaran merek .....	13
6. Labelisasi Halal .....	13
a. Pengertian labelisasi halal .....	13
b. Fungsi labelisasi halal .....	14
c. Indikator labelisasi halal .....	15
7. Keputusan pembelian .....	15
a. Pengertian keputusan pembelian .....	15
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian .....	16
c. Jenis perilaku keputusan pembelian .....	16
d. Indikator keputusan pembelian .....	17
B. Keterkaitan Antar Variabel .....	17
C. Hasil penelitian yang sesuai sebagai rujukan penelitian .....	19
D. Kerangka Analisis .....	23
E. Hipotesis .....	25
BAB III METODE PENELITIAN .....	26
A. Objek Penelitian .....	26
B. Data penelitian .....	26
1. Sumber data dan jenis data .....	26

a.	Sumber data .....	26
b.	Jenis data.....	26
2.	Populasi dan sampel .....	26
a.	Populasi.....	26
b.	Sampel .....	27
3.	Metode dan Alat Pengumpulan Data .....	28
C.	Definisi Operasional .....	29
D.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	31
1.	Metode Analisis .....	31
2.	Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>36</b>
A.	Hasil Penelitian .....	36
1.	Deskripsi Data Penelitian .....	36
5.	Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	41
B.	Pembahasan .....	53
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>57</b>
A.	Kesimpulan.....	57
B.	Saran.....	57



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Awards Tahun 2019-2021 .....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Mie Sarimi Alfamidi Jeruk Raya Tahun 2021 .....	3
Tabel 2.3 Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.4 Pengukuran Skala Like Art.....	28
Tabel 3.5 Definisi Operasional.....	29
Tabel 4.6 Varian produk mie instan sarimi .....	37
Tabel 4.7 Total Mean Citra Merek (X1).....	41
Tabel 4.8 Total Mean Kesadaran Merek (X2).....	41
Tabel 4.9 Total Mean Labelisasi Halal (X3).....	42
Tabel 4.10 Total Mean Keputusan Pembelian (Y) .....	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kuesioner .....	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas .....	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	48
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi .....	49
Tabel 4.17 Hasil regresi linear berganda.....	49
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.19 Hasil Uji Determinasi .....	51
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi mie instan di Indonesia.....	2
Gambar 2.2 Kerangka analisis.....	24
Gambar 4.3 Deskriptif responden berdasarkan jenis kelamin.....	38
Gambar 4.4 Deskriptif responden berdasarkan usia .....	39
Gambar 4.5 Deskriptif responden berdasarkan pendapatan.....	40
Gambar 4.6 Deskriptif responden berdasarkan pekerjaan .....	40
Gambar 4.7 Scatterplot spearman.....	49

