

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, BRAND IMAGE DAN LABELISASI HALAL  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND MOMOYO BAGI  
KONSUMEN MUSLIM  
(STUDI KASUS MAHASISWA UMY)**



**Oleh:**

**Moch Viqi Qolbi Mulyadi Jusup**

**NPM: 20200730097**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
UNIVERSITAS MUHAMADIYAHYOGYAKARTA  
2024**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, BRAND IMAGE DAN LABELISASI HALAL  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND MOMOYOBAGI  
KONSUMEN MUSLIM  
(STUDI KASUS MAHASISWA UMY)**

**Skripsi**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Ekonomi Syariah (S.E.) pada program Ekonomi Syariah strata satu Program studi  
Ekonomi syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Oleh:**

**Moch Viki Qolbi Mulyadi Jusup**  
NIM: 20200730097

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

### PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Moch Viqi Qolbi Mulyadi Jusup  
NIM : 20200730113  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : **PENGARUH HARGA, PROMOSI, BRAND IMAGE  
DAN LABELISASI HALAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND MOMOYO  
BAGI KONSUMEN MUSLIM  
(STUDI KASUS MAHASISWA UMY**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah di ajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaandi suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis di acu dalam naskah ini dan di sebutkandalam daftar Pustaka

Yogyakarta, 4 Oktober 2024

Yang membuat pernyataan



Moch Viqi Qolbi Mulyadi Jusup

## MOTTO

“ Tidaklah mungkin bagi matahari mengejar bulan dan malam pun tidak dapat mendahului siang, masing-masing beredar pada garis edarnya”(QS. Yasin :40)”



Hancur, Hilang dan  
menang” (danger line-avenged sevenfold)

“harapan akan menjadi  
beban” (Tigreal)

## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmanirrahim Alhamdulillah rabil'alamiin*

Pertama-tama, peneliti mengucapkan terima kasih ke pada Allah subhannahu wa Ta'ala yang telah memberi kesempatan, kesehatan, petunjuk. Meskipun skripsi telah diselesaikan dan skripsi ini jauh dari kata ideal, tapi alhamdulillah berhasil untuk menyelesaikannya. Maka dari itu peneliti mengucapkan terima kasih ke pada:

1. Allah subhannahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kenikmatan, kemudahan, kelancaran dan kekuatan dalam segala urusan di hidup kita.
2. Orang yang paling berjasa dalam hidup saya Mister juddy mulyadi jusup dan Madam Rini siradj yang telah membesarkan saya dengan pengorbanan dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini, serta memberikan motivasi-motivasi.
3. kak vinggar, teh vinka, tante dan paman, tante yang selalu mendukung dan memberikan doa.
4. Mukhlis Rahmanto, Lc., MA., Ph D, selaku dosen pembimbing skripsi dan dosen pembimbing untuk memberikan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman yang selalu ada dalam keadaan senang dan sedih syahdudan sahabat baik saya dari tempat asal saya yang selalu memberikan arahan.
6. Orang tersayang yang belum sempat saya miliki terima kasih karenadia memberikan saya pengalaman.
7. Universitas Muhammadiyah yogyakarta.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah penulis berterima kasih kepada Allah Subhanahu Wa Taala segala nikmat, rahmat dan segala karunianya. Penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “***PENGARUH HARGA, PROMOSI, BRAND IMAGE DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND MOMOYO BAGI KONSUMEN MUSLIM (STUDI KASUS MAHASISWA UMY)***” proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dari berbagai pihak. Skripsi ini diselesaikan dengan baik. skripsi ini diselesaikan untuk persyaratan menyelesaikan program studi sarjana (S-1) Fakultas Agama Islam program studi Ekonomi syariah Universitas Muhammadiyah yogyakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya ke berbagai pihak diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., ASEAN.Eng. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Syakir Jamaluddin, M.A. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Homaidi Hamid, M.Ag. selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Bapak Mukhlis Rahmanto, Lc., MA., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan kontribusi serta Solusi dari setiap permasalahan penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Syarif As'ad, S.EI., MSI. Selaku Dosen pembimbing akademik.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh staff karyawan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
8. Kepada bapak juddy mulyadi jusup dan ibu rini siradj yang memberikankasih

sayang, pengorbanan, doa, nasehat dan masih banyak lagi.

9. Kepada kakak-kakak saya vinggar dan vinka yang selalu memberikandukungan.
10. Kepada sepupu dan sodara saya di bandung yang selalu mendukung.
11. Kepada mancing syahdu kelas C. Terima kasih karena menemani masa-masa kuliah dan sahabat saya, abang dan uni

## DAFTAR ISI

NOTA DINAS .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan penelitian .....	7
D. Manfaat penelitian .....	8
BAB II .....	9
TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Landasan teori .....	16
1. Harga .....	16
2. Promosi .....	18
3. Brand Image.....	19
4. Labelisasi Halal .....	20
5. Keputusan Pembelian.....	21
C. Kerangka Berfikir .....	22
D. Hipotesis.....	22



BAB III.....	25
METODE PENELITIAN.....	25
A.    Jenis Penelitian.....	25
B.    Populasi Dan Sampel.....	25
C.    SUMBER DATA DAN JENIS DATA .....	26
D.    Teknik Pengambilan data dan sampling.....	27
E.    Definisi Operasional Variabel .....	28
F.    Uji Instrumen Penelitian .....	31
1) Evaluation of measurement model (Outer Models) .....	32
2) Evaluation of structural model (linears models).....	33
BAB IV.....	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	35
A.    Hasil Penyebaran Kusioner .....	35
B.    Karakteristik Responden .....	35
C.    Uji Instrumen Penelitian.....	39
D.    Hasil Pengujian Hipotesis.....	45
E.    Pembahasan Hasil Penelitian.....	49
BAB V.....	52
PENUTUP .....	52
A.    Kesimpulan .....	52
B.    Keterbatasan peneliti .....	52
C.    Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1Label halal momoyo .....	2
Gambar 2. 1Kerangka berfikir .....	22
Gambar 4. 1Karakteristik jenis kelamin responden .....	36
Gambar 4. 2Karakteristik Usia Responden .....	37
Gambar 4. 3Seberapa sering anda membeli produk Momoyo.....	38
Gambar 4. 4Tampilan Ouput Pengukuran Model Pertama .....	39
Gambar 4. 5Tampilan Output Model Pengukuran Kedua.....	41
Gambar 4. 6Pengukuran Bootstraping .....	45

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1Skala Linkert .....	27
Tabel 3. 2Definisi Operasional Variabel .....	29
Tabel 4. 1Nilai AVE.....	42
Tabel 4. 2Cross loading .....	43
Tabel 4. 3Cronbach's alpha.....	44
Tabel 4. 4Tabel R-square.....	46
Tabel 4. 5Uji Model Fit .....	46
Tabel 4. 6Nilai original simpel test .....	47
Tabel 4. 7Tabel hasil Penelitian .....	48