

**PENGARUH LABEL HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN DI SITUS ONLINE SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM**

**SKRIPSI**

Oleh:

**Muhammad Abdul Rosyid**

**20181700229021**

**Dosen Pembimbing:**

Muawanah, M.E.I

Muhammad Mujtaba Mitra Zuana, M.Pd



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM  
MOJOKERTO**

**2022**

## ABSTRAK

**Rosyid, Muhammad Abdul, 2022, Pengaruh Label Halal dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman di Situs Online Shopee pada Mahasiswa Fakultas Syariah.** Skripsi Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Pesantren KH. Abdul Chalim, Pembimbing I. Muhammad Mujtaba Mitra Zuana, M.Pd. Pembimbing II. Muawanah, M.E.I

---

E-commerce merupakan konsep baru yang bisa digunakan sebagai proses jual beli barang atau jasa. Shopee merupakan salah satu perusahaan e-commerce yang setiap tahun penggunaannya semakin meningkat. Penggunaan aplikasi shopee sangat diminati oleh berbagai kalangan terutama mahasiswa. Dalam membeli suatu produk, label halal serta informasi mengenai produk tersebut sangatlah penting dengan adanya *electronic word of mouth* sebagai media informasi biasanya menjadi pertimbangan untuk memutuskan untuk membeli produk tersebut. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan terdapat pengaruh label halal dan electronic word of mouth secara parsial dan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Syariah.

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan metode survei. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan juga data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya, sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 82 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda.

Label halal dan *electronic word of mouth* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman di situs online shopee. Hal itu ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 59,149 dan nilai F tabel sebesar 3,11. Adapun nilai signifikansinya sebesar  $< 0,001$ . Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai F hitung  $> F$  tabel dan nilai signifikansi  $< 0,05$ .

**Kata kunci:** label halal, *electronic word of mouth*, keputusan pembelian

## ABSTRACT

**Rosyid, Muhammad Abdul, 2022, The Influence of Halal Labels and Electronic Word of Mouth on the Decision to Purchase Food and Beverage Products on the Shopee Online Site on Sharia Faculty Students.** Thesis of Sharia Economics Study Program, Faculty of Sharia, KH Islamic Boarding School. Abdul Chalim, Supervisor I. Muhammad Mujtaba Mitra Zuana, M.Pd. Supervisor II. Muawanah, M. E. I

---

E-commerce is a new concept that can be used as a process of buying and selling goods or services. Shopee is one of the e-commerce companies whose users are increasing every year. The use of the shopee application is in great demand by sharing circles, especially students. In buying a product, halal labels and information about the product are very important with the existence of *electronic word of mouth* as an information medium usually a consideration for deciding to buy the product. The purpose of this study is to prove that there is an influence of halal labels and electronic words of mouth partially and simultaneously on purchasing decisions in students of the Faculty of Sharia.

This type of research is quantitative research with the survey method. The data used in this study are primary data and also secondary data. Data collection is carried out using the questionnaire method. The number of populations in this study is not known exactly the number, the sample used in this study amounted to 82 respondents. The analysis technique used in this study is a multiple linear regression analysis technique.

Halal labels and *electronic word of mouth* simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions for food and beverage products on the shopee online site. This is indicated by a calculated F value of 59.149 and a table F value of 3.11. The significance value is  $< 0.001$ . The value indicates that the calculated F value  $> F$  of the table and the significance value of the  $< 0.05$ .

**Keywords:** halal label, *electronic word of mouth*, reasoning decision

## تجريدي

روشد, محمدأبدول, ألفين وإثنان وعشرون, تأثير الملصقات الحلال والكلمات الشفهية الإلكترونية على قرار شراء منتجات الأغذية والمشروبات على موقع صوفى الإلكتروني على طلاب كلية الشريعة. أطروحة برنامج دراسة الاقتصاد الشرعي ، كلية الشريعة ، مدرس كياي الحاج الإسلامية الداخلية. عبد الشليم، المشرف الأول. محمد مجتبى مينرا زوانا، مشرف دكتوراه في الطب الثاني. معاونة، م. إ. أنا

التجارة الإلكترونية هي مفهوم جديد يمكن استخدامه كعملية لشراء وبيع السلع أو الخدمات. صوفى هي واحدة من شركات التجارة الإلكترونية التي يزداد مستخدموها كل عام. هناك طلب كبير على استخدام تطبيق صوفى من خلال مشاركة الدوائر ، وخاصة الطلاب. عند شراء منتج ، تكون الملصقات الحلال والمعلومات حول المنتج مهمة جدا مع وجود كلمة شفوية إلكترونية كوسيلة معلومات عادة ما تكون اعتبارا لاتخاذ قرار شراء المنتج. الغرض من هذه الدراسة هو إثبات وجود تأثير للملصقات الحلال والكلمات الإلكترونية للموطة جزنيا ومتزامنا على قرارات الشراء لدى طلاب كلية الشريعة.

هذا النوع من البحوث هو بحث كمي باستخدام طريقة الدراسة الاستكشافية. البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي بيانات أولية وأيضاً بيانات ثانوية. يتم جمع البيانات باستخدام طريقة الاستبيان. عدد السكان في هذه الدراسة غير معروف بالضبط العدد ، فقد بلغت العينة المستخدمة في هذه الدراسة ٨٢ مستجيباً. تقنية التحليل المستخدمة في هذه الدراسة هي تقنية تحليل الانحدار الخطي المتعدد.

الملصقات الحلال والكلمات الشفهية الإلكترونية في وقت واحد لها تأثير إيجابي وكبير على قرارات الشراء لمنتجات الأغذية والمشروبات على موقع صوفى عبر الإنترنت. ويشار إلى ذلك بقيمة ف محسوبة قدرها ٥٩.١٤٩ وقيمة الجدول ف البالغة ٣.١١ قيمة الدلالة هي > ٠.٠٠١ تشير القيمة إلى أن قيمة ف المحسوبة < ف من الجدول وقيمة دلالة > ٠.٠٥.

الكلمات المفتاحية: تسمية حلال، كلمة شفوية إلكترونية ، قرار منطقي

