

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN LABEL HALAL
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA USAHA
MIKRO KECIL MENENGAH PASTEL AZIMA DI
KECAMATAN MEDAN JOHOR**

SKRIPSI

Digunakan Untuk Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh :

LINDA AJLIANA

NPM :71190215010

PROGRAM STUDI: EKONOMI SYARIAH



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM
MEDAN
2023**

FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
MEDAN

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen pembimbing skripsi:

Nama : LINDA AJLIANA

NPM : 71190215010


Judul : “PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH PASTEL AZIMA DI KECAMATAN MEDAN JOHOR”

Menyatakan bahwa hasil bimbingan selama ini dan setelah dilakukan perbaikan terhadap kesalahan dalam penulisan skripsi ini, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti sidang Munaqasah skripsi pada Fakultas Agama Islam Universitas Islam Sumatera Utara.

Medan, 01 Juni 2023

Pembimbing I


(Drs.Ahmad Adib Nst,MM)

Pembimbing II


(Arifa Pratami, SE.I.,M.E.K)

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN LABEL HALAL
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA USAHA
MIKRO KECIL MENENGAH PASTEL AZIMA DI
KECAMATAN MEDAN JOHOR**

SKRIPSI

Digunakan Untuk Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Program Studi Ekonomi Syari'ah

Oleh :

LINDA AJLIANA
NPM: 71190215010

Pembimbing I



(Drs.Ahmad Adib Nst,MM)

Pembimbing II



(Arifa Pratami, SE.I.,M.E.K)

**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM
EKONOMI SYARIAH
MEDAN
2023**

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamua'alaikum wr,wb.

Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT karena dengan taufiq, hidayah dan inayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul **“Pengaruh Digital Marketing Dan Label Halal Terhadap Keputusan Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Pastel Azima Di Kecamatan Medan Johor”** sebaagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi S1 Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Sumatera Utara.

Selama proses penyusunan skripsi ini peneliti mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Teruntuk Kedua orang tua saya tercinta Ayahanda Sutarman dan Ibunda tercinta Sumarni, yang telah merawat, membimbing, mencurahkan segala kasih sayang dan cintanya serta senantiasa mendoakan, memberikan dukungan semangat dan dengan sabar mendengarkan keluh kesah peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakak tersayang tercinta Wahyuni Septi Utami dan keluarga serta adik bungsu yang saya sayangi Alfita Saputri yang memberikan semangat, doa dan membuat peneliti terinspirasi untuk menjadi contoh yang baik untuk kalian.

3. Ibu Rektor Universitas Islam Sumatera Utara, beserta staf kerjanya yang memberi pengajaran serta pengalaman dan pelayanannya kepada peneliti.
4. Bapak Dr. Mohammad Firman Maulana, M.Ag selaku Dekan Fakultas Agama Islam UISU.
5. Ibu Arifah Pratami, SE, I.M.E.K., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah dan telah memberikan dukungan petunjuk dan nasehat yang membangun sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak Drs. H. Ahmad Adib Nasution, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu memberikan bimbingan, petunjuk dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
7. Ibu Arifa Pratami, SE, I, M.E.K selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu memberikan bimbingan, petunjuk dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu dosen Universitas Islam Sumatera Utara Medan yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berguna bagi peneliti dan seluruh staf tata usaha, petugas perpustakaan, dan karyawan Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
9. Teruntuk sahabat tercinta saya Anisa Giantari, Silvi Amalia dan Nur Afni Ritonga yang sudah seperti saudara saya sendiri. Terimakasih sudah menemani, memberikan bantuan dengan ikhlas direpotkan dalam segala hal, yang selalu memotivasi, dan tidak henti-hentinya memberikan dukungan dan semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Kalian sangat luar biasa.

10. Terakhir, teruntuk diri saya sendiri. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika-liku kehidupan hingga sekarang. Terima kasih pada hati yang tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya. Terima kasih pada raga dan jiwa yang masih tetap kuat dan waras hingga sekarang. Saya bangga pada diri saya sendiri, kedepannya untuk raga yang tetap kuat, hati yang selalu tegar, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Oleh karena itu, peneliti berharap agar semua pihak dapat memberikan kritikan dan saran-saran yang bersifat membangun demi perbaikan dan hasil yang baik pada skripsi ini. Peneliti berdo'a dan berharap kepada Allah SWT agar kehadiran skripsi ini dapat memberi manfaat kepada ummat islam dan dapat memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam program studi Ekonomi Syari'ah.

Aamiin Yaa Rabbal'alamin

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Medan, 1 Juni 2023

Peneliti

LINDA AJLIANA
NPM : 71190215010

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Batasan Istilah	8
E. Hipotesis	9
F. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II : LANDASAN TEORITIS	12
A. Digital Marketing Secara Umum	12
1. Pengertian Digital Marketing.....	12
B. Labelisasi Halal.....	14
1. Pengertian Label.....	14
2. Pengertian Halal	17
3. Pengertian Label Halal	21
a. Proses Pembuatan	22
b. Bahan Baku Utama	22
c. Bahan Pembantu	22
d. Efek.....	23
C. Keputusan Konsumen	24
1. Tahap tahap Keputusan Konsumen.....	26
2. Indikator Keputusan Konsumen.....	27
D. Usaha Mikro Kecil Menengah	29
E. Pastel	32
F. Telaah Pustaka	32

G. Kerangka Penelitian	37
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN.....	38
A. Lokasi Penelitian	38
B. Populasi dan Sampel	38
C. Sumber Data.....	39
D. Pengelolaan Data.....	40
E. Variabel Penelitian	40
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Teknik Analisis Data.....	42
1. Regresi Linier Berganda	42
2. Uji Validitas.....	42
3. Uji Reliabilitas	43
4. Uji Asumsi Klasik.....	43
a. Uji Normalisasi	44
b. Uji Multikolinieritas	44
c. Uji Heteroskedatisitas	44
5. Uji Hipotesis	44
a. Uji Parsial (Uji t)	45
b. Uji Signifikan Simultan (Uji statistik F).....	45
c. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	46
BAB IV : LAPORAN HASIL PENELITIAN.....	47
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
1. Gambaran Umum Kelurahan Gedung Johor.....	47
2. Struktur Organisasi Pemerintahan Kelurahan G.Johor	49
3. Kependudukan.....	50
4. Sarana dan Prasarana.....	50
5. Sistem Pemasaran Pastel Azima	51
B. Deskripsi Responden	51
C. Hasil Jawaban Responden.....	55
D. Hasil Analisis Data.....	62
1. Hasil Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	62

2. Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas	63
3. Uji Asumsi Klasik.....	67
a. Uji Normalitas.....	67
b. Uji Multikolinieritas.....	71
c. Uji Heteroskedatisitas	73
4. Uji Hipotesis	76
a. Uji Parsial (Uji t).....	76
b. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)	78
c. Uji Kuesioner Determinasi (R ²)	80
E. Pembahasan	81
BABV : KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

II.1	Telaah Pustaka.....	33
IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
IV. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Aplikasi Order	54
IV.5	Jawaban Responden Digital Marketing	55
IV.6	Jawaban Responden Label Halal.....	57
IV.7	Jawaban Responden Keputusan Konsumen.....	59
IV.8	Uji Regresi Linear Berganda.....	63
IV.9	Uji Validitas Digital Marketing.....	64
IV.10	Uji Reabilitas Digital Marketing	64
IV.11	Uji Validitas Label Halal.....	65
IV.12	Uji Reabilitas Label Halal.....	65
IV.13	Uji Validitas Keputusan Konsumen.....	66
IV.14	Uji Reabilitas Keputusan Konsumen	66
IV.15	Uji Normalitas Dengan Metode Kolmogorov-Smirnov.....	70
IV.16	Uji Multikolinearitas	71
IV.17	Uji -T.....	76
IV.18	Uji-F.....	78
IV.19	Uji Koefisien Determinasi.....	80

DAFTAR GAMBAR

I.1 Digital Marketing Pastel Azima Medan Johor	1
II.1 Kerangka Penelitian.....	37
IV. 1 Uji Normalitas Dengan Histogram	67
IV.1 Uji Normalitas Dengan Normal P-P Plot.....	69
IV. 1 Uji Heteroskedastisitas Dengan <i>ScatterPlot</i>	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	90
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden.....	106
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	112

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Nana Herdiana, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2018.
- Andi Gunawan Chakti, *The Book Of Digital Marketing*, (Cetakan pertama, 2019)
- Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Ahmad Zainuddin, "*Pengertian Komplit Konsumen*. Jakarta: Internesa, cetakan ke 21, 2016.
- Ahsin W, *Fiqh Kesehatan*, Jakarta: Amzah, 2007, 164-166.
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Graha bakti, 2003.
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo persada, 2004.
- Darmawan Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 3 ed, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016.
- Daryono, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV. Yrama Widya, 2011.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (IKAPI, Bandung: Diponegoro, 2010).
- Dave Chaffey, *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. (England: Pearson Education Limited, 2015).
- Danang sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi Dan Kasus* (Yogyakarta :CAPS ,2012).
- Eri Agustian, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall's Conellob*, Bogor indonesi 2013) Jurnal manajemen 2013, pdf. (Diakses 18 januari 2017.
- Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. (Jakarta PT. Bumi Aksara, 2009). Cet. 4
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2006.

- Kotler, Philip dan Armstrong. *Principles Of Marketing*, England : Pearson, Edisi asional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Milenium*. Jakarta 2002.
- Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogo” Ghalia Indonesia, cet IV),2004.
- M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Bogor: Ghlmia Indonesia, 2002
- Manap, H.A. *Revolusi Manajemen*. Mitra Wacana Media. Jakarta 2016.
- Marinus Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada,2002
- Martono Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2012.
- Muhammad Amin Suma, “*Tafsir Ayat Ekonomi*” AMZAH 2013
- Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2005),
- Muhammad Hidayat, *Pengantar Ekonomi Syariah*, Jakarta : Zikrul Media Intelektual, 2010.
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam* (Pendekatan Kuantitatif) Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2008.
- Majelis Ulama Indoensia, *Petunjuk Teknis Pedoman System Produksi Halal*,Journal,pdf. Diakes 2-6-2017.
- Nur Sabila, *Pengantar Belajar Digital Marketing*, (Semarang : STEKOM,2019)
- Nembah F. Hartimbul Ginting,, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung : Yrama Widya,2011)
- Notoatmodjo,Soekidjo.*Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT.Rineka Cipta 2003.
- Proyek Perguruan Tinggi Agama /IAIN di Pusat Direktorat Pembinaan Perguruan Tinggi Agama Islam, Ilmu Fiqih, Jakarta 1982.
- Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan,“*Creative Digital Marketing*”.
- Riduwan, *Dasar-dasar Statistika*, Bandung: Alfabeta,2014.
- Restiyanti & John, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta : Andi,2005).

- Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi 2*. Yogyakarta: Suluh Media 2018
- Stanton, *Manajemen Pemasaran, Analisa Pengaruh Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung : ALFABETA,2016).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suryani, T. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu 2013
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rnika Cipta, 2006.
- Soeratno & Lincoln Arsyad, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2008.
- Swastha B, *Azas-azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty,2004.
- Swastha B, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta: Liberty, 1998.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Andi Offset. Yogyakarta: Andi, 2008
- Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia,2009).
- Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat,2002).
- Usman Husaini dan Akbar R. Purnomo Setiady, *Pengantar Statistika*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Wawan Setiawan, *Era Digital dan Tantangannya Seminar Nasional Pendidikan*, 2017.
- Wardhana, *Strategi Digital Marketing dan Implementasinya Pada Keunggulan Bersaing UMKM di Indonesia*. Forum Keuangan dan Bisnis, 2015
- Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram Dalam Islam*, (Jakarta:, Rabbani press 2000).
- Zainal Mustofa EQ, *Mengurangi Variabel Hingga Instrumen* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2009).

Lampiran 1

Lembar Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH PASTEL AZIMA DI KECAMATAN MEDAN JOHOR

1. Umum

Assalamualaikum Wr Wb.
Responden yang terhormat,

Nama saya Linda Ajliana (71190215010). Pertanyaan dibawah ini hanya semata-mata digunakan untuk data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi jurusan Ekonomi Syari'ah Universitas Islam Sumatera Utara (UISU). Saya mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuisisioner sesuai dengan penilaian yang Saudara/i miliki.

Saya mengucapkan terimakasih atas kerja sama dan bantuan Saudara/i yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi angket kuesioner penelitian ini.

2. Identitas Responden

Nama Responden :

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan dengan memberikan tanda (X)

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- b. Usia : 11-15 tahun 21-25 tahun
 16-20 tahun 26-30 tahun
- c. Pekerjaan : Mahasiswa Karyawan
 Guru Pedagang
 Pelajar Ibu rumah tangga
 Tidak Bekerja Tukang Sablon
- d. Jenis Aplikasi Order : Grab Food Go Food
 Shoopee Food Lainnya

3. Petunjuk Pengisian :

Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi jawaban kuesioner secara lengkap dan sebenar-benarnya, dengan memberikan tanda centang (✓) pada salah satu kotak yang sesuai dengan pilihan jawaban anda. Informasi yang diterima dari kuisisioner ini bersifat rahasia dan dipergunakan untuk kepentingan akademis.

Keterangan :

SS	Sangat Setuju	skor 5
S	Setuju	skor 4
N	Netral	skor 3
TS	Tidak Setuju	skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	skor 1

No	Digital Marketing (X1)	PENILAIAN				
	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	1	Saya mengetahui produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” dari promosi <i>online</i> (<i>Digital Marketing</i>)				
2	<i>Digital Marketing</i> memberikan kemudahan kepada konsumen dalam berkomunikasi dengan pemilik usaha mikro menengah “Pastel Azima”.					
3	<i>Digital Marketing</i> memberikan kemudahan kepada konsumen karena dapat melakukan transaksi keuangan dengan cepat.					

4	Produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” yang disajikan melalui <i>Digital Marketing</i> (online) sesuai dengan produk yang dijual.					
5	<i>Digital Marketing</i> menyampaikan informasi yang dapat dipercaya dan membantu konsumen menyampaikan keluhan terhadap pemilik usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima”					

No	Label Halal (X2)	PENILAIAN				
	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Setiap produk makanan harus mempunyai label halal resmi dari MUI					
2	Setiap produk makanan harus mempunyai label halal resmi dari MUI					
3	Bahan-bahan yang terdapat pada produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” merupakan bahan-bahan yang sudah teruji kehalalannya karena terdapat label halal dari MUI					
4	Saya percaya produk berlogo halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat oleh MUI					
5	Kombinasi gambar dan tulisan “Label Halal” resmi yang dikeluarkan oleh MUI mudah saya pahami					

No	Keputusan Konsumen (Y)	PENILAIAN				
	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya selalu yakin dengan pembelian produk usaha mikro menengah “Pastel Azima” karena sudah memiliki label halal					
2	Saya yakin bahwa produk usaha mikro menengah “Pastel Azima” dengan label halal sudah memenuhi syariat kehalalan syariat Islam					
3	Ketika saya merasa aman dan puas akan kualitas usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” yang berlabel halal, saya akan merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain.					
4	Saya tertarik memesan produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” melalui <i>Digital Marketing</i> karena mudah dan cepat					
5	Saya tertarik memesan “Pastel Azima” karena pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha mikro kecil menengah sangat baik.					

Lembar Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH PASTEL AZIMA DI KECAMATAN MEDAN JOHOR

1. Umum

AssalamualaikumWr Wb.

Responden yang terhormat,

Nama saya Linda Ajliana (71190215010). Pertanyaan dibawah ini hanya semata-mata digunakan untuk data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi jurusan Ekonomi Syari'ah Universitas Islam Sumatera Utara (UISU). Saya mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuisisioner sesuai dengan penilaian yang Saudara/i miliki.

Saya mengucapkan terimakasih atas kerja sama dan bantuan Saudara/i yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi angket kuesioner penelitian ini.

2. Identitas Responden

Nama Responden : SILVI AMALIA

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan dengan memberikan tanda (X)

- | | | |
|--------------------------|--|---|
| a. Jenis Kelamin | : <input type="checkbox"/> Laki-laki | <input type="checkbox"/> Perempuan |
| b. Usia | : <input type="checkbox"/> 11-15 tahun | <input type="checkbox"/> 21-25 tahun |
| | <input type="checkbox"/> -20 tahun | <input type="checkbox"/> 26-30 tahun |
| c. Pekerjaan | : <input type="checkbox"/> Mahasiswa | <input type="checkbox"/> Karyawan |
| | <input type="checkbox"/> Guru | <input type="checkbox"/> Pedagang |
| | <input type="checkbox"/> Pelajar | <input type="checkbox"/> Ibu rumah tangga |
| | <input type="checkbox"/> Tidak Bekerja | <input type="checkbox"/> Tukang Sablon |
| d. Jenis Aplikasi Order: | <input type="checkbox"/> Grab Food | <input type="checkbox"/> Go Food |
| | <input type="checkbox"/> Shoopee Food | <input type="checkbox"/> Lainnya |

3. Petunjuk Pengisian :

Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi jawaban kuesioner secara lengkap dan sebenar-benarnya, dengan memberikan tanda centang (✓) pada salah satu kotak yang sesuai dengan pilihan jawaban anda. Informasi yang diterima dari kuisisioner ini bersifat rahasia dan dipergunakan untuk kepentingan akademis.

Keterangan :

SS	Sangat Setuju	skor 5
S	Setuju	skor 4
N	Netral	skor 3
TS	Tidak Setuju	skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	skor 1

No	Digital Marketing (X1)	PENILAIAN				
	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	1	Saya mengetahui produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” dari promosi <i>online</i> (<i>Digital Marketing</i>)		✓		
2	<i>Digital Marketing</i> memberikan kemudahan kepada konsumen dalam berkomunikasi dengan pemilik usaha mikro menengah “Pastel Azima”.	✓				
3	<i>Digital Marketing</i> memberikan kemudahan kepada konsumen karena dapat melakukan transaksi keuangan dengan cepat.	✓				

4	Produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” yang disajikan melalui <i>Digital Marketing</i> (online) sesuai dengan produk yang dijual.	✓				
5	<i>Digital Marketing</i> menyampaikan informasi yang dapat dipercaya dan membantu konsumen menyampaikan keluhan terhadap pemilik usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima”	✓				

No	Label Halal (X2)	PENILAIAN				
	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Setiap produk makanan harus mempunyai label halal resmi dari MUI	✓				
2	Setiap produk makanan harus mempunyai label halal resmi dari MUI	✓				
3	Bahan-bahan yang terdapat pada produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” merupakan bahan-bahan yang sudah teruji kehalalannya karena terdapat label halal dari MUI	✓				
4	Saya percaya produk berlogo halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat oleh MUI		✓			
5	Kombinasi gambar dan tulisan “Label Halal” resmi yang dikeluarkan oleh MUI mudah saya pahami	✓				

No	Keputusan Konsumen (Y)	PENILAIAN				
	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya selalu yakin dengan pembelian produk usaha mikro menengah “Pastel Azima” karena sudah memiliki label halal	✓				
2	Saya yakin bahwa produk usaha mikro menengah “Pastel Azima” dengan label halal sudah memenuhi syariat kehalalan syariat Islam		✓			
3	Ketika saya merasa aman dan puas akan kualitas usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” yang berlabel halal, saya akan merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain.	✓				
4	Saya tertarik memesan produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” melalui <i>Digital Marketing</i> karena mudah dan cepat		✓			
5	Saya tertarik memesan “Pastel Azima” karena pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha mikro kecil menengah sangat baik.	✓				

Lembar Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH PASTEL AZIMA DI KECAMATAN MEDAN JOHOR

1. Umum

AssalamualaikumWr Wb.

Responden yang terhormat,

Nama saya Linda Ajliana (71190215010). Pertanyaan dibawah ini hanya semata-mata digunakan untuk data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi jurusan Ekonomi Syari'ah Universitas Islam Sumatera Utara (UISU). Saya mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuisisioner sesuai dengan penilaian yang Saudara/i miliki.

Saya mengucapkan terimakasih atas kerja sama dan bantuan Saudara/i yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi angket kuesioner penelitian ini.

2. Identitas Responden

Nama Responden : AFFANDI ROMADON

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan dengan memberikan tanda (X)

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- b. Usia : 11-15 tahun 21-25 tahun
 -20 tahun 26-30 tahun
- c. Pekerjaan : Mahasiswa Karyawan
 Guru Pedagang
 Pelajar Ibu rumah tangga
 Tidak Bekerja Tukang Sablon
- d. Jenis Aplikasi Order : Grab Food Go Food
 Shoopee Food Lainnya

3. Petunjuk Pengisian :

Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi jawaban kuesioner secara lengkap dan sebenar-benarnya, dengan memberikan tanda centang (✓) pada salah satu kotak yang sesuai dengan pilihan jawaban anda. Informasi yang diterima dari kuisisioner ini bersifat rahasia dan dipergunakan untuk kepentingan akademis.

Keterangan :

SS	Sangat Setuju	skor 5
S	Setuju	skor 4
N	Netral	skor 3
TS	Tidak Setuju	skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	skor 1

No	Digital Marketing (X1)	PENILAIAN				
	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	1	Saya mengetahui produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” dari promosi <i>online</i> (<i>Digital Marketing</i>)			✓	
2	<i>Digital Marketing</i> memberikan kemudahan kepada konsumen dalam berkomunikasi dengan pemilik usaha mikro menengah “Pastel Azima”.	✓				
3	<i>Digital Marketing</i> memberikan kemudahan kepada konsumen karena dapat melakukan transaksi keuangan dengan cepat.	✓				

4	Produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” yang disajikan melalui <i>Digital Marketing</i> (online) sesuai dengan produk yang dijual.			✓		
5	<i>Digital Marketing</i> menyampaikan informasi yang dapat dipercaya dan membantu konsumen menyampaikan keluhan terhadap pemilik usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima”		✓			

No	Label Halal (X2)	PENILAIAN				
	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Setiap produk makanan harus mempunyai label halal resmi dari MUI	✓				
2	Setiap produk makanan harus mempunyai label halal resmi dari MUI	✓				
3	Bahan-bahan yang terdapat pada produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” merupakan bahan-bahan yang sudah teruji kehalalannya karena terdapat label halal dari MUI	✓				
4	Saya percaya produk berlogo halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat oleh MUI	✓				
5	Kombinasi gambar dan tulisan “Label Halal” resmi yang dikeluarkan oleh MUI mudah saya pahami	✓				

No	Keputusan Konsumen (Y)	PENILAIAN				
	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya selalu yakin dengan pembelian produk usaha mikro menengah “Pastel Azima” karena sudah memiliki label halal		✓			
2	Saya yakin bahwa produk usaha mikro menengah “Pastel Azima” dengan label halal sudah memenuhi syariat kehalalan syariat Islam		✓			
3	Ketika saya merasa aman dan puas akan kualitas usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” yang berlabel halal, saya akan merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain.		✓			
4	Saya tertarik memesan produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” melalui <i>Digital Marketing</i> karena mudah dan cepat	✓				
5	Saya tertarik memesan “Pastel Azima” karena pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha mikro kecil menengah sangat baik.		✓			

Lembar Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH PASTEL AZIMA DI KECAMATAN MEDAN JOHOR

1. Umum

Assalamualaikum Wr Wb.
Responden yang terhormat,

Nama saya Linda Ajliana (71190215010). Pertanyaan dibawah ini hanya semata-mata digunakan untuk data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi jurusan Ekonomi Syari'ah Universitas Islam Sumatera Utara (UISU). Saya mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuisisioner sesuai dengan penilaian yang Saudara/i miliki.

Saya mengucapkan terimakasih atas kerja sama dan bantuan Saudara/i yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi angket kuesioner penelitian ini.

2. Identitas Responden

Nama Responden : ANISA GIANTARI

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan dengan memberikan tanda (X)

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- b. Usia : 11-15 tahun 21-25 tahun
 -20 tahun 26-30 tahun
- c. Pekerjaan : Mahasiswa Karyawan
 Guru Pedagang
 Pelajar Ibu rumah tangga
 Tidak Bekerja Tukang Sablon
- d. Jenis Aplikasi Order : Grab Food Go Food
 Shoopee Food Lainnya

3. Petunjuk Pengisian :

Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi jawaban kuesioner secara lengkap dan sebenar-benarnya, dengan memberikan tanda centang (✓) pada salah satu kotak yang sesuai dengan pilihan jawaban anda. Informasi yang diterima dari kuisisioner ini bersifat rahasia dan dipergunakan untuk kepentingan akademis.

Keterangan :

SS	Sangat Setuju	skor 5
S	Setuju	skor 4
N	Netral	skor 3
TS	Tidak Setuju	skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	skor 1

No	Digital Marketing (X1)	PENILAIAN				
	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	1	Saya mengetahui produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” dari promosi <i>online</i> (<i>Digital Marketing</i>)	✓			
2	<i>Digital Marketing</i> memberikan kemudahan kepada konsumen dalam berkomunikasi dengan pemilik usaha mikro menengah “Pastel Azima”.	✓				
3	<i>Digital Marketing</i> memberikan kemudahan kepada konsumen karena dapat melakukan transaksi keuangan dengan cepat.			✓		

4	Produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” yang disajikan melalui <i>Digital Marketing</i> (online) sesuai dengan produk yang dijual.			✓		
5	<i>Digital Marketing</i> menyampaikan informasi yang dapat dipercaya dan membantu konsumen menyampaikan keluhan terhadap pemilik usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima”			✓		

No	Label Halal (X2)	PENILAIAN				
	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Setiap produk makanan harus mempunyai label halal resmi dari MUI		✓			
2	Setiap produk makanan harus mempunyai label halal resmi dari MUI					✓
3	Bahan-bahan yang terdapat pada produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” merupakan bahan-bahan yang sudah teruji kehalalannya karena terdapat label halal dari MUI		✓			
4	Saya percaya produk berlogo halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat oleh MUI		✓			
5	Kombinasi gambar dan tulisan “Label Halal” resmi yang dikeluarkan oleh MUI mudah saya pahami			✓		

No	Keputusan Konsumen (Y)	PENILAIAN				
	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya selalu yakin dengan pembelian produk usaha mikro menengah “Pastel Azima” karena sudah memiliki label halal			✓		
2	Saya yakin bahwa produk usaha mikro menengah “Pastel Azima” dengan label halal sudah memenuhi syariat kehalalan syariat Islam				✓	
3	Ketika saya merasa aman dan puas akan kualitas usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” yang berlabel halal, saya akan merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain.			✓		
4	Saya tertarik memesan produk usaha mikro kecil menengah “Pastel Azima” melalui <i>Digital Marketing</i> karena mudah dan cepat				✓	
5	Saya tertarik memesan “Pastel Azima” karena pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha mikro kecil menengah sangat baik.		✓			

Lampiran 2

Tabulasi Jawaban Responden

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

No	Nama Reponden	TABULASI JAWABAN RESPONDEN DIGITAL MARKETING (X1)					Skor Total (X1)
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	Affandi	3	5	5	3	4	20
2	Alivia	4	4	4	4	4	20
3	Alvina	4	5	4	4	4	21
4	Anisa	5	5	3	3	3	19
5	Arisma	4	4	4	4	4	20
6	Chairul	4	4	4	4	4	20
7	Citra	5	5	4	5	4	23
8	Dahliani	3	4	3	4	3	17
9	Diah	4	4	4	3	3	18
10	Dimas	5	3	4	5	4	21
11	Dina	5	5	5	5	5	25
12	Dinda	5	3	3	4	3	18
13	Evan	3	5	5	4	4	21
14	Fadhilah	3	5	5	4	5	22
15	Fauziah	5	5	4	5	4	23
16	Haikal	3	5	5	3	5	21
17	Herlina	4	4	4	4	4	20
18	Indri	4	4	5	4	4	21
19	Jannah	4	4	5	4	4	21
20	Juni	4	5	5	4	4	22
21	Juwita	4	4	4	3	4	19
22	Linda	5	5	4	5	4	23
23	Mila	5	5	4	5	5	25
24	Misbah	3	4	4	4	4	19
25	Misdahwati	4	5	4	4	4	21
26	Muktar	4	4	5	4	4	21
27	Nur Afni	5	5	5	5	5	25
28	Nurmaya	3	4	4	4	4	19
29	Patimah	4	4	4	4	4	20
30	Payung	4	4	4	4	4	20
31	Pebriani	4	4	4	5	4	21

No	Nama Reponden	TABULASI JAWABAN RESPONDEN DIGITAL MARKETING (X1)					Skor Total (X1)
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
32	Puji	4	4	4	4	4	20
33	Putri	4	3	4	4	3	18
34	Rama	4	5	5	4	5	23
35	Ranti	4	4	4	4	4	20
36	Rendi	4	4	5	5	3	21
37	Resti	4	5	5	5	5	24
38	Rijca	4	4	4	4	4	20
39	Rima	5	4	5	4	5	23
40	Riska	4	4	4	4	4	20
41	Rizka A	5	4	4	4	4	21
42	Rizkya	4	4	4	4	4	20
43	Rokiba	4	4	5	4	4	21
44	Roni	4	4	5	5	5	23
45	Septi	5	5	5	5	5	25
46	Silvi	4	5	5	5	5	24
47	Siti A	4	4	4	4	4	20
48	Siti S	5	5	4	4	4	22
49	Suci	3	4	4	4	3	18
50	Sukma	2	4	4	3	4	17
51	Susi	5	5	5	5	5	25
52	Syahril	4	4	4	4	4	20
53	Tiara	4	4	4	4	4	20
54	Wahyuni	5	4	5	5	5	24
55	Wizda	4	4	5	5	5	23
56	Zahra	4	3	4	4	4	19
57	Zul	4	5	5	5	5	24
58	Zulfikar	4	4	4	4	4	20

No	Nama Responden	TABULASI JAWABAN RESPONDEN LABEL HALAL (X2)					Skor Total (X2)
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	Affandi	5	5	5	5	5	25
2	Alivia	5	4	4	4	4	21
3	Alvina	5	5	4	5	4	23
4	Anisa	4	1	4	4	3	16
5	Arisma	4	4	4	4	4	20
6	Chairul	4	4	4	4	4	20
7	Citra	5	4	4	4	3	20
8	Dahliani	5	3	3	4	4	19
9	Diah	5	4	5	5	5	24
10	Dimas	5	5	3	5	4	22
11	Dina	5	5	5	5	5	25
12	Dinda	5	5	5	5	5	25
13	Evan	5	5	5	5	5	25
14	Fadhilah	5	5	4	5	5	24
15	Fauziah	4	4	4	4	5	21
16	Haikal	5	5	4	4	5	23
17	Herlina	4	4	4	4	4	20
18	Indri	5	5	4	5	4	23
19	Jannah	5	4	4	4	4	21
20	Juni	4	3	4	5	4	20
21	Juwita	5	4	4	4	4	21
22	Linda	5	4	4	4	4	21
23	Mila	5	5	4	5	5	25
24	Misbah	5	4	4	4	4	21
25	Misdahwati	5	5	4	4	5	23
26	Muktar	4	4	4	4	4	20
27	Nur Afni	5	5	5	5	5	25
28	Nurmaya	5	4	4	4	4	21
29	Patimah	4	4	4	4	4	20
30	Payung	4	4	4	4	4	20
31	Pebriani	5	5	5	5	4	24
32	Puji	5	5	4	5	4	23
33	Putri	5	4	4	4	4	21
34	Rama	5	5	3	5	5	23
35	Ranti	5	5	5	5	4	24

No	Nama Responden	TABULASI JAWABAN RESPONDEN LABEL HALAL (X2)					Skor Total (X2)
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
36	Rendi	5	5	4	5	5	24
37	Resti	5	5	5	5	5	25
38	Rijca	5	5	5	5	5	25
39	Rima	5	3	4	4	4	20
40	Riska	5	5	4	5	5	24
41	Rizka A	5	5	5	5	5	25
42	Rizkya	4	4	4	4	4	20
43	Rokiba	4	5	5	4	4	22
44	Roni	4	5	4	5	5	23
45	Septi	5	5	5	5	5	25
46	Sillvi	5	5	5	4	5	24
47	Siti A	4	4	4	4	4	20
48	Siti S	4	5	4	4	5	22
49	Suci	5	5	4	3	4	21
50	Sukma	5	5	3	5	5	23
51	Susi	5	5	5	5	5	25
52	Syahril	4	4	4	4	4	20
53	Tiara	4	4	4	4	4	20
54	Wahyuni	5	4	5	5	4	23
55	Wizda	5	5	4	4	4	22
56	Zahra	4	4	4	4	3	19
57	Zul	4	3	4	4	5	20
58	Zulfikar	4	5	4	4	5	22

No	Nama Responden	TABULASI JAWABAN RESPONDEN KEPUTUSAN KONSUMEN (Y)					Skor Total (Y)
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	Affandi	4	4	4	5	4	21
2	Alivia	4	4	4	4	4	20
3	Alvina	4	4	4	5	4	21
4	Anisa	3	2	3	2	4	14
5	Arisma	4	4	4	4	4	20
6	Chairul	4	4	4	4	4	20
7	Citra	3	4	3	3	3	16
8	Dahliani	3	3	4	4	4	18
9	Diah	4	4	4	4	4	20
10	Dimas	3	4	5	5	3	20
11	Dina	5	5	5	5	5	25
12	Dinda	5	5	5	4	4	23
13	Evan	5	5	5	5	5	25
14	Fadhilah	4	4	5	3	3	19
15	Fauziah	5	4	5	5	5	24
16	Haikal	5	5	5	5	3	23
17	Herlina	4	4	4	4	4	20
18	Indri	5	5	5	5	4	24
19	Jannah	4	4	5	5	5	23
20	Juni	4	4	5	4	4	21
21	Juwita	3	3	4	3	3	16
22	Linda	4	5	5	4	5	23
23	Mila	5	5	5	5	5	25
24	Misbah	4	4	5	4	4	21
25	Misdahwati	4	4	5	5	4	22
26	Muktar	4	4	4	4	4	20
27	Nur Afni	5	5	5	5	5	25
28	Nurmaya	4	4	4	4	4	20
29	Patimah	4	4	4	4	4	20
30	Payung	4	4	4	4	4	20
31	Pebriani	5	4	4	4	5	22
32	Puji	4	4	4	4	5	21
33	Putri	3	3	3	3	3	15
34	Rama	5	5	4	4	4	22
35	Ranti	4	4	4	4	4	20

No	Nama Responden	TABULASI JAWABAN RESPONDEN KEPUTUSAN KONSUMEN (Y)					Skor Total (Y)
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
36	Rendi	5	5	4	4	5	23
37	Resti	4	4	4	4	4	20
38	Rijca	5	5	5	5	5	25
39	Rima	5	5	4	4	5	23
40	Riska	4	4	4	4	4	20
41	Rizka A	5	5	3	4	4	21
42	Rizkya	4	4	4	4	4	20
43	Rokiba	4	4	4	4	4	20
44	Roni	5	5	5	5	4	24
45	Septi	5	5	5	5	5	25
46	Sillvi	5	4	5	4	5	23
47	Siti A	4	4	4	4	4	20
48	Siti S	5	5	5	4	4	23
49	Suci	3	4	4	4	4	19
50	Sukma	4	4	5	4	4	21
51	Susi	5	5	5	5	5	25
52	Syahril	4	4	4	4	4	20
53	Tiara	4	4	4	4	4	20
54	Wahyuni	5	4	5	5	5	24
55	Wizda	4	4	4	5	4	21
56	Zahra	3	4	4	4	4	19
57	Zul	5	4	4	4	5	22
58	Zulfikar	4	5	5	5	5	24

Lampiran 3

Hasil Output SPSS

1. HASIL OUTPUT SPSS UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Digital Marketing 1	4.09	0.683	58
Digital Marketing 2	4.29	0.593	58
Digital Marketing 3	4.33	0.574	58
Digital Marketing 4	4.19	0.606	58
Digital Marketing 5	4.14	0.605	58
Skor Total	21.03	2.102	58

Correlations

		Digital Marketing 1	Digital Marketing 2	Digital Marketing 3	Digital Marketing 4	Digital Marketing 5	Skor Total
Digital Marketing 1	Pearson Correlation	1	.110	-.029	.511**	.183	0.557
	Sig. (2-tailed)		.412	.831	.000	.169	0.000
	N	58	58	58	58	58	58
Digital Marketing 2	Pearson Correlation	.110	1	.383**	.185	.472**	0.621
	Sig. (2-tailed)	.412		.003	.166	.000	0.000
	N	58	58	58	58	58	58
Digital Marketing 3	Pearson Correlation	-.029	.383**	1	.323*	.675**	0.670
	Sig. (2-tailed)	.831	.003		.013	.000	0.000
	N	58	58	58	58	58	58
Digital Marketing 4	Pearson Correlation	.511**	.185	.323*	1	.454**	0.737
	Sig. (2-tailed)	.000	.166	.013		.000	0.000
	N	58	58	58	58	58	58
Digital Marketing 5	Pearson Correlation	.183	.472**	.675**	.454**	1	0.809
	Sig. (2-tailed)	.169	.000	.000	.000		0.000
	N	58	58	58	58	58	58

Skor Total	Pearson Correlation	.557**	.621**	.670**	.737**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	58	58	58	58	58	58

Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	58	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	58	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Digital Marketing 1	16.95	3.173	.263	.739
Digital Marketing 2	16.74	3.107	.393	.677
Digital Marketing 3	16.71	3.018	.468	.648
Digital Marketing 4	16.84	2.800	.549	.613
Digital Marketing 5	16.90	2.621	.659	.563

LABEL HALAL

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Label Halal 1	4.67	0.473	58
Label Halal 2	4.41	0.773	58
Label Halal 3	4.22	0.563	58
Label Halal 4	4.43	0.534	58
Label Halal 5	4.38	0.587	58
Skor_Total	22.12	2.112	58

Correlations

		Label Halal 1	Label Halal 2	Label Halal 3	Label Halal 4	Label Halal 5	Skor_Total
Label Halal 1	Pearson Correlation	1	0.425	0.214	0.430	0.265	0.619
	Sig. (2-tailed)		0.001	0.106	0.001	0.044	0.000
	N	58	58	58	58	58	58
Label Halal 2	Pearson Correlation	0.425	1	0.307	0.453	0.576	0.818
	Sig. (2-tailed)	0.001		0.019	0.000	0.000	0.000
	N	58	58	58	58	58	58
Label Halal 3	Pearson Correlation	0.214	0.307	1	0.373	0.322	0.611
	Sig. (2-tailed)	0.106	0.019		0.004	0.014	0.000
	N	58	58	58	58	58	58
Label Halal 4	Pearson Correlation	0.430	0.453	0.373	1	0.477	0.747
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000	0.004		0.000	0.000
	N	58	58	58	58	58	58
Label Halal 5	Pearson Correlation	0.265	0.576	0.322	0.477	1	0.755
	Sig. (2-tailed)	0.044	0.000	0.014	0.000		0.000
	N	58	58	58	58	58	58
Skor_Total	Pearson Correlation	0.619	0.818	0.611	0.747	0.755	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	58	58	58	58	58	58

Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	58	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	58	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Label Halal 1	17.45	3.445	.450	.255	.736
Label Halal 2	17.71	2.386	.617	.427	.679
Label Halal 3	17.90	3.322	.399	.175	.751
Label Halal 4	17.69	3.060	.597	.372	.687
Label Halal 5	17.74	2.932	.588	.401	.686

KEPUTUSAN KONSUMEN

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Konsumen 1	4.22	0.677	58
Keputusan Konsumen 2	4.22	0.622	58
Keputusan Konsumen 3	4.34	0.608	58
Keputusan Konsumen 4	4.22	0.650	58
Keputusan Konsumen 5	4.21	0.614	58
Skor Total	21.22	2.527	58

Correlation

	Keputusan Konsumen 1	Keputusan Konsumen 2	Keputusan Konsumen 3	Keputusan Konsumen 4	Keputusan Konsumen 5	Skor Total
Keputusan Konsumen 1	1	0.753	0.491	0.522	0.604	0.853
Pearson Correlation						
Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
N	58	58	58	58	58	58
Keputusan Konsumen 2	0.753	1	0.533	0.611	0.427	0.837
Pearson Correlation						
Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.001	0.000
N	58	58	58	58	58	58
Keputusan Konsumen	0.491	0.533	1	0.644	0.369	0.759
Pearson Correlation						

3	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.004	0.000
	N	58	58	58	58	58
Keputusan Konsumen	Pearson Correlation	0.522	0.611	0.644	1	0.812
4	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	.000
	N	58	58	58	58	58
Keputusan Konsumen	Pearson Correlation	0.604	0.427	0.369	0.453	1
5	Sig. (2-tailed)	0.000	0.001	0.004	0.000	0.000
	N	58	58	58	58	58
Skor Total	Pearson Correlation	0.853	0.837	0.759	0.812	0.715
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	58	58	58	58	58

Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	58	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	58	100.0

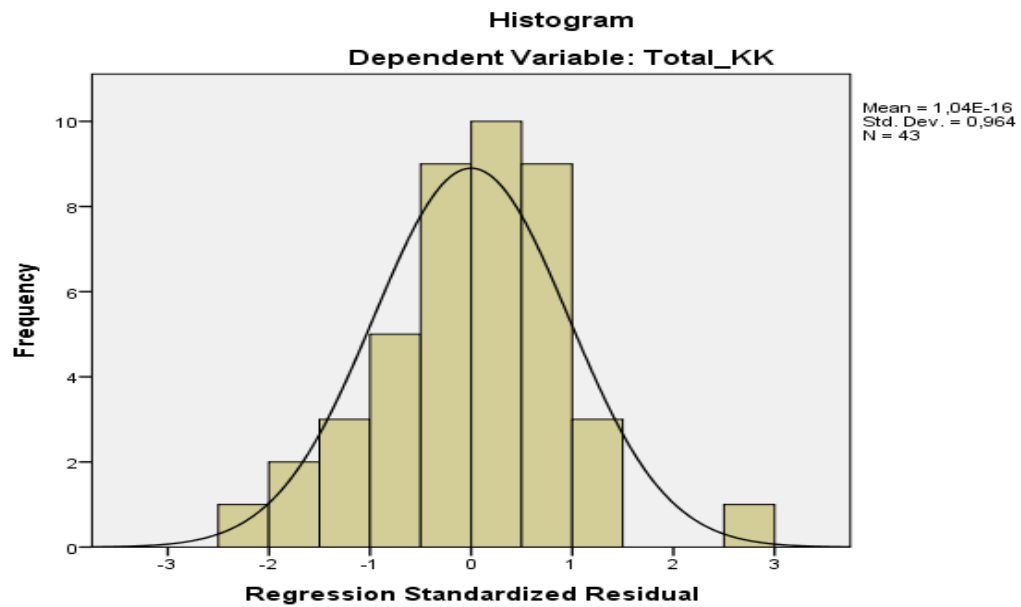
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

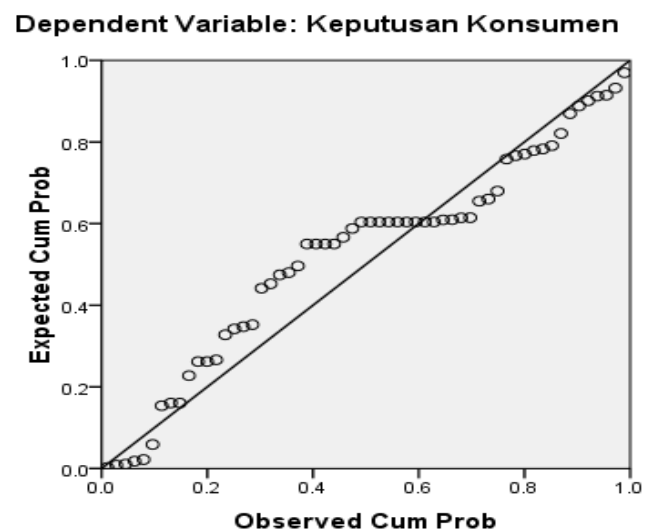
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Keputusan Konsumen 1	17.00	3.930	.746	.668	.805
Keputusan Konsumen 2	17.00	4.140	.734	.645	.809
Keputusan Konsumen 3	16.88	4.424	.623	.454	.837
Keputusan Konsumen 4	17.00	4.140	.690	.537	.820
Keputusan Konsumen 5	17.02	4.544	.560	.404	.853

2. HASIL OUTPUT SPSS Uji ASUMSI KLASIK

Hasil Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		58
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.75544223
Most Extreme Differences	Absolute	.172
	Positive	.090
	Negative	-.172
Kolmogorov-Smirnov Z		1.307
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.066

Hasil Uji Multikolinearitas

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Konsumen	21.22	2.527	58
Digital Marketing	21.03	2.069	58
Label Halal	22.12	2.112	58

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Total DM	0,864	1,157
Total LH	0,864	1.157

3. HASIL OUTPUT SPSS ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	Sig.
Konstanta	-1.457		
X1	0,488	3,965	0,000
X2	0,561	4,655	0,000

$$F_{hitung} = 29,502$$

0,000

$$R \text{ Square} = 0,719$$

4. HASIL OUTPUT SPSS UJI HIPOTESIS

Hasil Uji - t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.457	2.964		-0.492	0.625
	Digital Marketing	0.488	0.123	0.399	3.965	0.000
	Label Halal	0.561	0.121	0.469	4.655	0.000

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	188.436	2	94.218	29.502	0.000 ^a
	Residual	175.650	55	3.194		
	Total	364.086	57			

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

