

L

A

M

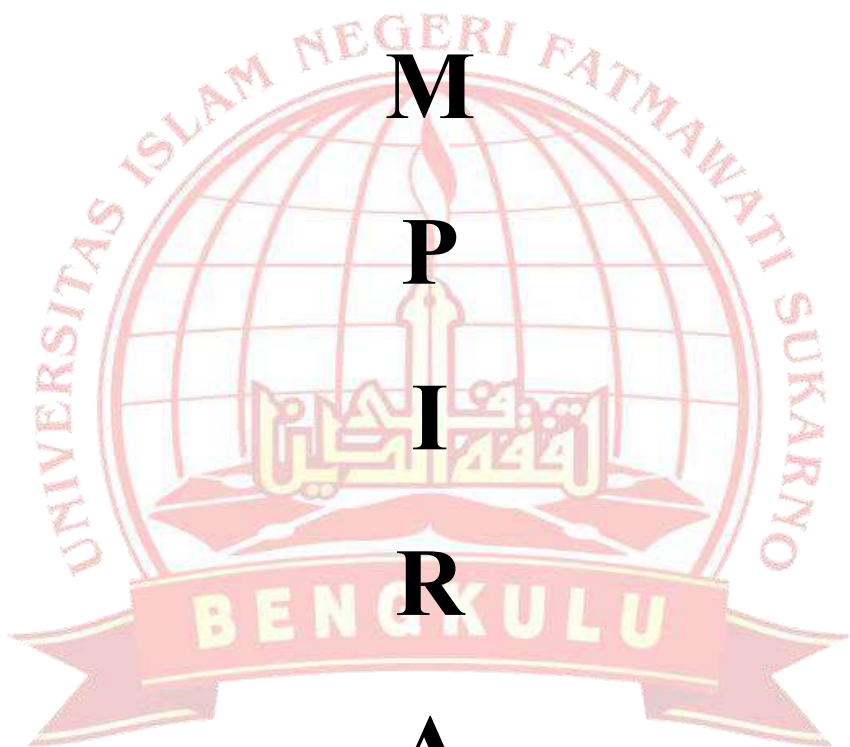
P

I

R

A

N





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

FORM VALIDASI TEMA TUGAS AKHIR

A. Identitas Mahasiswa

Nama : ANINDYA CAHYA PATRI
NIM : 2223130027
Prodi : EKONOMI SYARIAH
Semester : ENAM (6)

B. Pilihan Tugas Akhir:

- ☐ Skripsi
☒ Jurnal Ilmiah
☐ Buku
☐ Pengabdian Kepada Masyarakat
☐ Program Kreativitas Mahasiswa (Karya di Bidang Kewirausahaan)

C. Tema Yang Diajukan sesuai prodi :

Tema : "PERILAKU KONSUMEN DAN HALAL"
Judul : PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK
MAKANAN HALAL MIE INSTAN KOREA DI KALANGAN GEN Z.

Dalam Keterkaitan dengan mata kuliah masalah penelitian
Penunjukkan Dosen RTA (Rencana Tugas Akhir Skripsi):

Nama : Miko Polindi, ME
NIP/NIDN : 199105252020121006

No. Prodi : 21 / 03 2024
HEKLIANA YUKTATI, NAEK.
NIP. 198505222019032004

D. Konsultasi Judul sesuai tema dan Prodi

1. Validasi RTA oleh Dosen Rencana Tugas Akhir (Disertai Proposal Mini)

Catatan

Pengaruh Label halal, harga produk, Brand Ambassador
terhadap Keputusan Pembelian pada produk mie Sanyang
di kalangan Generasi Z

Dosen Rencana Tugas Akhir

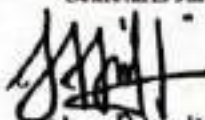
Miko Polindi, ME
NIP. 199105252020121006

2. Konsultasi kesesuaian tema prodi untuk Persetujuan RTA

Catatan

- lampiran sudah sesuai Tema prodi

Sekretaris Jurusan



Niro Polandi, M.E.

NIP.199105152020121006

E. Judul Yang Disahkan

Analisis Kesesuaian Tema prodi

kegiatan 1 tahun Ekonomi Syariah

di Palembang

Penunjukkan Dosen Penyeminar (Tugas Akhir Skripsi):

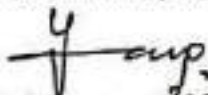
Nama :

NIP/NIDN :

Bengkulu,

Mengesahkan

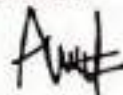
Kajur Ekis/Manajemen



Yanti Sumarni, SE, M.M.

NIP.197904162007012020

Mahasiswa



Anindya Cahya Putri

NIM.2223130027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfatbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKKAN PEMBIMBING

Nomor : 749/Un.23/F.IV/PP.00.9/06/2025

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa, maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen:

1. NAMA : Yoay Arisandi, Ph.D
NIP : 198508012014032001
TUGAS : Pembimbing I
2. NAMA : Miko Polindi, ME
NIP : 199105252020121006
TUGAS : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan Penyusunan Jurnal Ilmiah, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian tugas akhir bagi mahasiswa namanya yang tertera di bawah ini:

NAMA : Anindya Cahaya Putri
NIM : 2223130027
PRODI : Ekonomi Syariah
JUDUL : "Pengaruh label halal, harga produk dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian pada produk Mie Sanyang di kalangan Gen Z"
KETERANGAN : Jurnal Ilmiah

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.



Ditetapkan Di : Bengkulu
Tanggal : 24 Juni 2024

Dekan,

Supardi

Tembusan:

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uiniasbengkulu.ac.id

Nomor : 1916/Un.23/F.IV/PP.00.9/11/2025
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : Mohon Izin Penelitian

Kepada Yth.
Masyarakat Gen Z Kota Bengkulu
Di -
Tempat

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berkenaan dengan akan diadakannya penelitian pada penulisan skripsi mahasiswa strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun Akademik 2024/2025, dengan ini kami mohon kiranya berkenan memberikan izin penelitian kepada saudara:

Nama	: Anindya Cahya Putri
NIM	: 2223130027
Jurusan/Prodi	: Ekonomi Islam/ Ekonomi Syariah
Waktu Penelitian	: 11 November 2025 - 11 Desember 2025
Tempat Penelitian	: Kota Bengkulu Provinsi Bengkulu
Judul Skripsi	: "Pengaruh Label Halal, Harga Produk dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Samyang di Kalangan Gen Z"

Demikian permohonan izin ini kami sampaikan, atas perkenan dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Bengkulu, 11 November 2025
a.n Dekan
Wakil Dekan I,


Dr. Desi Isnaini, MA
Nip. 197412022006042001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

Nama Mahasiswa : Anindya Cahya Putri
NIM : 2223130027
Program Studi : Ekonomi Syariah
Nama Pembimbing I : Yosy Arisandi, Ph.D
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Label Halal, Harga Produk, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Samyang di Kalangan Gen Z

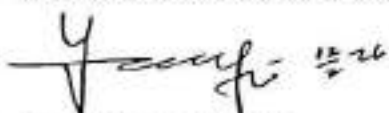
No	Hari/ Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	20/10-2025	BAB I	- Tambahan materi Brand ambassador di latar belakang	f
2	27/10-2025	BAB II	- tambah referensi - sumber teori pendukung harus jelas - bahasa agar dimengerti	f
3	3/11-2025	BAB II - III	- kerangka berpikir beri penjelasan simultan dan parsial - Hipotesis	f
4	21/01-2026	BAB I - V	- BAB II Hipotesis - BAB III Jmlr dan Penerapan Penelitian	f

5	23/01-2026	BAB 1 - V	Draft Jurnal sesuai dengan template rumah jurnal	/
6	29/01-2026	BAB 1 - V	submit Jurnal, Rapikan tulisan, sesuai lampiran	/
7	10/02-2026	BAB 1 - V	Acc	/

Bengkulu,

Februari 2026

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Yenti Sumarni, MM
NIP. 197904162007012020

Pembimbing I



Yosy Arisandi, Ph.D
NIP. 198508012014032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
 Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
 Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
 Website: www.uinfbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

Nama Mahasiswa : Anindya Cahya Putri
 NIM : 2223130027
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Nama Pembimbing II : Miko Polindi, ME
 Judul Tugas Akhir : Pengaruh Label Halal, Harga Produk, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Samyang di Kalangan Gen Z

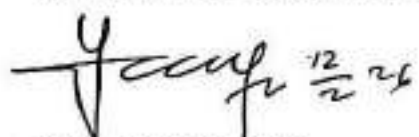
No	Hari/ Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	25/2025 8	BAB I	- Penulisan Pendahuluan di bimbingan. - Tujuan diperbaiki	JPA
2	8/2025 9	BAB I	- Artikel referensi cari yang 5 tahun terakhir.	JPA
3	16/2025 9	BAB I	- R. Ma. No. 4 diperbaiki - Bab II indikator variabel nya dibuat	JPA
4	22/2025 8	BAB I B BAB II	R. Ma nya diperbaiki - Setiap variabel harus ada uraian indikatornya	JPA

5	23/2025 9	BAB I & II	- Perbaiki sumber referensi pada indikator variabel 3 - Perbaiki kerangka teoritis & hipotesis	JH
6	7/2025 9	BAB I s.d III	- Susun keaslian	JH
7	16/202 10	BAB I. s.d III	- lampirkan T.A - Perbaiki keaslian	JH
8	15/2025 12	BAB I - IV	- bab II! Riset → BAB V Riset → Survei (Ragam Penelitian)	JH
9	13/2025 1	BAB I. - V.	- Riset yang masih terbongkang - Dap Jurnal/Artikel	JH
10				
11				
12				

Bengkulu,

februari 2026

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Yenti Sumarni, MM
NIP. 197904162007012020

Pembimbing II



Miko Polindi, ME
NIP. 199105252020121006

LETTER OF ACCEPTANCE
BUKTI PENERIMAAN NASKAH ARTIKEL ILMIAH

Nomor: 03/10/01/Al-Mashrafyah/II/2026

Hal : Surat Penerimaan Naskah Publikasi Jurnal

Terimakasih telah mengirimkan artikel pada Jurnal Al-Mashrafyah (Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah) dengan P-ISSN 2597-1904 E-ISSN 2620-5661, yang diterima oleh:

1. Nama : Anindya Cahya Putri
Isititusi : Fatmawati Sukarno State Islamic University, Indonesia
2. Nama : Yosy Arisandy
Isititusi : Fatmawati Sukarno State Islamic University, Indonesia
3. Nama : Miko Polindi
Isititusi : Fatmawati Sukarno State Islamic University, Indonesia
Bidang Kajian : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Dengan judul : **"The Effect of Halal Labels, Product Prices Aand Brand Ambassadors on Purchase Decisions for Samyang Noodle Products Among Gen Z"**

Berdasarkan hasil pemeriksaan awal dan review, artikel tersebut **DITERIMA** dan akan dipublikasikan di Jurnal kami Volume 10 Nomor 1, April Tahun 2026. Artikel tersebut akan tersedia secara online di <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/almasrafyah>

Demikian informasi ini disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Makassar, 6 Februari 2026

Managing Editor,



Dr. Ainul Fatha Isman SE., MA



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172 • Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfbengkulu.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIARISME
Nomor: 679/SKLP-FEBI/01/02/2026**

Ketua Tim Uji Plagiarisme Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : ANINDYA CAHYA PUTRI
NIM : 2223130027
Program Studi : EKONOMI SYARIAH
Jenis Tugas Akhir : JURNAL
Judul Tugas Akhir : PENGARUH LABEL HALAL, HARGA PRODUK DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MIE SAMYANG DI KALANGAN GEN Z

Dinyatakan lulus uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil 14%. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

Demikian surat keterangan ini disampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Bengkulu, 5 Februari 2026
An Dekan
Wakil Dekan I

Dr. Desi Ispaini, M.A
NIP. 197412022006042001

14% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Chat Text
- Small Matches (less than 25 words)

Top Sources

11%  Internet sources

2%  Publications

10%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text merit potential for it.

Our system algorithm has deeply analysed documents for any content that may be suspicious. It has also identified any flags that may be present.

A flag is not necessarily an indicator of a problem, however, we recommend you review your content where flags are present.

Top Sources

11%  Internet sources
 2%  Publications
 10%  Submitted Works (Bibliography)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	repository.uinfbengkulu.ac.id	5%
2	Internet	endiaimpadangslimpuas.ac.id	<1%
3	Internet	journal.uta45jakarta.ac.id	<1%
4	Internet	repository.uinbengkulu.ac.id	<1%
5	Internet	ejournal.univ-eridindand.ac.id	<1%
6	Student papers	Universitas Diponegoro	<1%
7	Student papers	Universitas Pamulang	<1%
8	Student papers	Canada College	<1%
9	Internet	repositori.uin-alauddin.ac.id	<1%
10	Internet	eprints.walisongo.ac.id	<1%
11	Internet	edtheses.iainkediri.ac.id	<1%

12	Student papers	IAIN Berghulu	<1%
13	Student papers	Universitas Putera Batam	<1%
14	Student papers	University of Portsmouth	<1%
15	Internet	repository.uinsu.ac.id	<1%
16	Student papers	Universitas Nasional	<1%
17	Internet	eprints.stei-kayutangi-bjn.ac.id	<1%
18	Internet	diglib.iain-palangkaraya.ac.id	<1%
19	Internet	repository.unsw.ac.id	<1%
20	Student papers	State Islamic University of Alauddin Makassar	<1%
21	Internet	repository.zyaidnurjati.ac.id	<1%
22	Student papers	UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	<1%
23	Internet	repository.ar-raniry.ac.id	<1%
24	Publication	Iqima Najmi Amalia Anandiar, Maman Abdurahman, Mia Nurmafa. "Inserge...	<1%
25	Publication	Noer Yusaida Nazahar, Nurul Auni Mohd Noor. "Uncovering the loophole in the h...	<1%

KUESIONER PENELITIAN

Dengan Judul “Pengaruh Label Halal, Harga Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Di Kalangan Gen Z”

A. Identitas Responden

Nama Responden

Email Responden

No HP Responden

Usia

Jenis Kelamin:

☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Apakah Anda pernah membeli produk Mie Samyang?

☐ Ya ☐ Tidak

Seberapa sering anda membeli/ mengonsumsi Mie Samyang dalam tiga bulan:

a. 1 – 3 kali	b. 4 – 7 kali	c. > 7 kali
---------------	---------------	-------------

Berapa pengeluaran untuk membeli produk Mie Samyang dalam setiap bulan:

a. <Rp50.000	b. Rp100.000 - Rp200.000	c. >Rp200.000
--------------	--------------------------	---------------

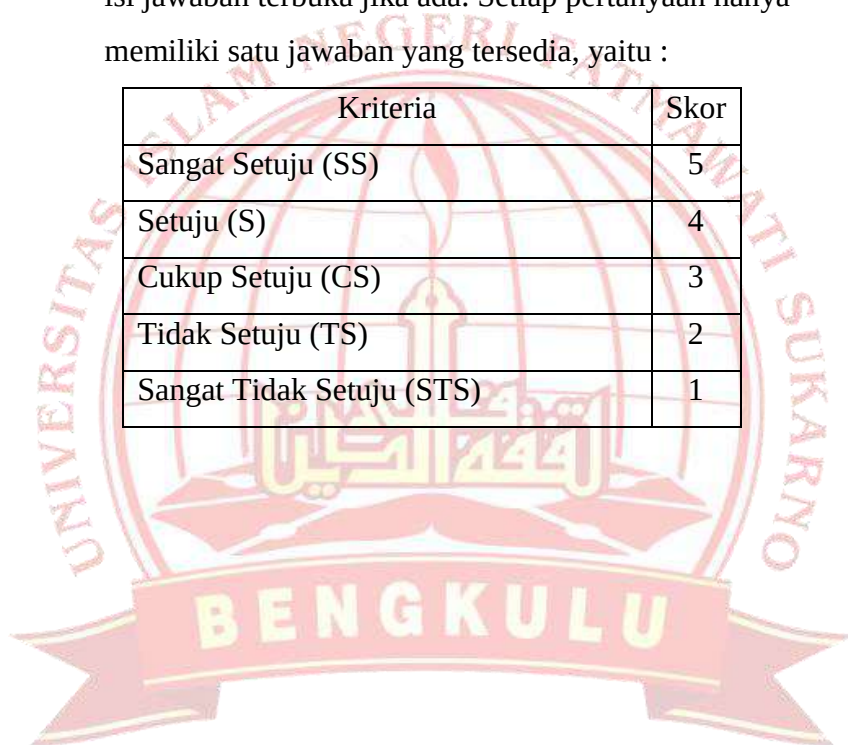
B. Petunjuk Pengisian

1. Mohon isi kuesioner ini dengan jujur sesuai pengalaman dan pendapat Anda. Tidak ada jawaban yang benar atau

salah. Data yang Anda berikan akan digunakan untuk keperluan penelitian dan dijaga kerahasiaannya.

2. Bacalah pertanyaan terlebih dahulu dengan cermat dan seksama sebelum menjawab
3. Berilah tanda centang (✓) pada jawaban yang sesuai dan isi jawaban terbuka jika ada. Setiap pertanyaan hanya memiliki satu jawaban yang tersedia, yaitu :

Kriteria	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1



a. Variabel Label Halal (X_1)

No	Kode	Pertanyaan	Penilaian				
			S	S	C	T	ST
1.	LH1	Saya selalu memperhatikan gambar disamping sebelum melakukan pembelian produk mie samyang.					
2.	LH2	Saya mengetahui adanya label halal pada produk mie Samyang.					
3.	LH3	Adanya gambar label halal dan tulisan halal menjadi pertimbangan saya dalam memilih produk mie Samyang sebelum membeli.					

Sumber: Elsa Agustin (2024) Pengaruh Label halal, harga, brand ambassador dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk mie instan korea di kabupaten bogor

b. Variabel Harga Produk (X_2)

No	Kode	Pertanyaan	Penilaian				
			SS	S	CS	TS	STS
1.	HP1	Saya merasa harga yang ditawarkan produk mie Samyang sesuai dengan kualitas produknya.					
2.	HP2	Saya akan melakukan pembelian jika harga sesuai dengan manfaat yang diinginkan pada produk mie Samyang.					
3.	HP3	Saya merasa harga yang di tawarkan mie Samyang sesuai dengan anggaran yang saya punya.					

Sumber: Elsa Agustin (2024) Pengaruh Label halal, harga, brand ambassador dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk mie instan korea di kabupaten bogor

c. Variabel Brand Ambassador (X_3)

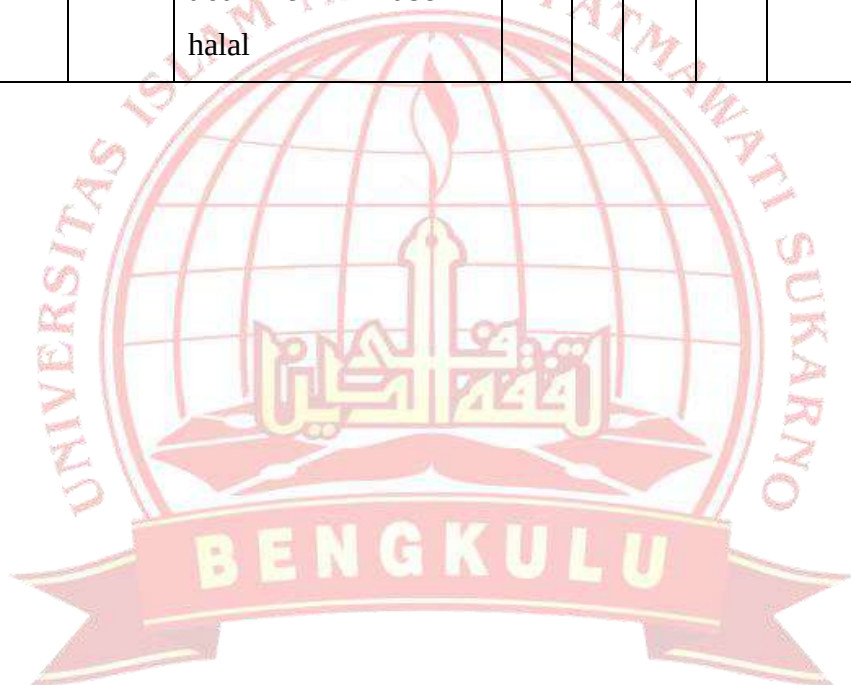
No	Kode	Pertanyaan	Penilaian				
			SS	S	CS	TS	STS
1.	BA1	Brand ambassador ini mempengaruhi keputusan saya untuk membeli produk mie samyang.					
2.	BA2	Saya merasa brand ambassador ini dapat dipercaya untuk Memberikan informasi akurat mengenai produk mie samyang.					
3.	BA3	Saya merasa brand ambassador ini dapat mewakili citra produk mie Samyang dengan baik.					

Sumber: Elsa Agustin (2024) Pengaruh Label halal, harga, brand ambassador dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk mie instan korea di kabupaten bogor

d. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Kode	Pertanyaan	Penilaian				
			SS	S	CS	TS	STS
1.	KP1	Saya yakin dengan pembelian produk mie samyang berlogo halal.					
2.	KP2	Saya meyakini bahwa produk mie samyang dengan kemasan berlogo halal memenuhi syarat kehalalan.					
3	KP3	Saya selalu mencari dan membeli produk mie Samyang yang memiliki label halal.					
4.	KP4	Saya melakukan pembelian produk mie Samyang untuk menuntaskan keinginan secara					

		emosi (seperti sedih, senang dan marah).					
5	KP5	Saya jarang sekali atau bahkan tidak pernah mengonsumsi produk mie Samyang yang tidak memiliki label halal					



	KP5	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain jika di rasa produk mie Samyang berlabel halal aman untuk di konsumsi					
--	-----	--	--	--	--	--	--

Sumber: Elsa Agustia (2024) Pengaruh Label halal, harga, brand ambassador dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk mie instan korea di kabupaten bogor

Bengkulu, 3 November 2025

Peneliti



Anindya Cahya Putri
NIM. 2223130027

Mengetahui,

Pembimbing I



Yosi Arisandi, Ph.D
NIP. 198508012014032001

Pembimbing II



Miko Polindi, ME
NIP. 199105252020121006

Tabulasi Data

[illegible]

Hasil Uji Validitas Variabel Label Halal (X1)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	TotalX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.488**	.593**	.775**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.488**	1	.655**	.875**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.593**	.655**	1	.887**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100
TotalX1	Pearson Correlation	.775**	.875**	.887**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Harga Produk (X2)

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.431**	.764**	.901**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.431**	1	.392**	.692**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.764**	.392**	1	.987**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100
TotalX2	Pearson Correlation	.901**	.692**	.987**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel *Brand Ambassador* (X3)

		X3.1	X3.2	X3.3	TotalX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.769**	.699**	.917**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.769**	1	.775**	.926**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.699**	.775**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100
TotalX3	Pearson Correlation	.917**	.926**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TotalY
Y1	Pearson Correlation	1	.825**	.714**	.352*	.425**	.465**	.621**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.051	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.825**	1	.714**	.352*	.424**	.465**	.621**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.092	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.714**	.714**	1	.278**	.425**	.465**	.608**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		.097	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.352*	.352*	.278**	1	.148	.425**	.604**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.003	.001		.148	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.425**	.424**	.425**	.148	1	.271**	.644**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.148		.889	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.465**	.465**	.465**	.425**	.271**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.889		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
TotalY	Pearson Correlation	.621**	.621**	.608**	.604**	.644**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Realibilitas Label Halal (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	3

Hasil Uji Realibilitas Harga Produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	3

Hasil Uji Realibilitas *Brand Ambassador* (X3)

Reliability Statistics

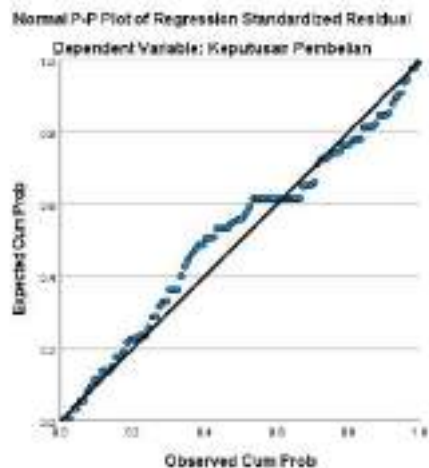
Cronbach's Alpha	N of Items
.892	3

Hasil Uji Realibilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	6

Hasil Uji Normalitas



Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.918	2.435		1.198	.234		
	Label Halal	.990	.188	.418	5.253	<.001	.784	1.276
	Harga Produk	.425	.183	.234	2.317	.023	.487	2.055
	Brand Ambassador	.338	.137	.237	2.471	.015	.538	1.858

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.080	1.483		4.100	<.001
	Label Halal	-.092	.115	-.086	-.805	.423
	Harga Produk	-.084	.112	-.103	-.752	.454
	Brand Ambassador	-.152	.089	-.238	-1.691	.070

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.919	2.435		1.198	.234
	Label Halal	.990	.188	.418	5.253	<.001
	Harga Produk	.425	.183	.234	2.317	.023
	Brand Ambassador	.338	.137	.237	2.471	.015

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.919	2.435		1.198	.234
	Label Halal	.990	.188	.418	5.253	<.001
	Harga Produk	.425	.183	.234	2.317	.023
	Brand Ambassador	.338	.137	.237	2.471	.015

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	755.574	3	251.858	35.071	<.001 ^b
	Residual	689.416	96	7.181		
	Total	1444.990	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand Ambassador, Label Halal, Harga Produk

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.508	2.67982

a. Predictors: (Constant), Brand Ambassador , Label Halal, Harga Produk



DOKUMENTASI





















