

ABSTRACT

This study highlights the increasing awareness among the Indonesian public regarding the importance of consuming halal food, especially with the rise of social media as an information source. Muslim consumers tend to choose halal-certified restaurants, particularly in All You Can Eat establishments. However, some restaurants that lack halal certification use the "No Pork, No Lard" label to attract consumers. This research aims to analyze the influence of the "No Pork, No Lard" halal message design on consumer purchasing decisions using quantitative and causal methods. Data were collected through a questionnaire from 396 respondents and analyzed using purposive sampling and multiple linear regression. The independent variables are expression (X1), convention (X2), and rhetoric (X3), while the dependent variable is consumer purchasing decisions. Statistical analysis processed using SPSS 27 shows that the "No Pork, No Lard" halal message design significantly influences 49.7% of consumer purchasing decisions at Wangja Korean Barbeque, with a correlation value (r) of 0.497.

Keywords: Design Message Logic, Halal Message, Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Konsep All You Can Eat.....	7
1.2 Latar Belakang	8
1.3 Rumusan Masalah	23
1.4 Tujuan Penelitian	24
1.5 Manfaat Penelitian	24
1.5.1 Kegunaan Teoritis	24
1.5.2 Kegunaan Praktis	25
1.6 Sistematika Penulisan	25
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	27
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	27
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	27
2.1.2 Pesan Iklan	28
2.1.3 <i>Message Design Logic</i>	30
2.1.4 Media.....	33
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	37
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	48

2.4	Hipotesis Penelitian.....	48
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	49
2.5.1	Variabel dan Sub Variabel Penelitian	49
2.5.2	Lokasi dan Objek Penelitian	50
2.5.3	Waktu dan Periode Penelitian	51
BAB 3 METODE PENELITIAN		53
3.1	Karakteristik Penelitian.....	53
3.2	Operasional Variabel.....	53
3.3	Tahapan Penelitian	63
3.4	Populasi dan Sampel	65
3.4.1	Populasi	65
3.4.2	Sampel.....	65
3.4.3	Teknik Sampling	65
3.5	Pengumpulan Data	66
3.5.1	Data Primer	66
3.5.2	Data Sekunder	67
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	67
3.6.1	Uji Validitas	67
3.6.2	Uji Reliabilitas	70
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	72
3.7.1	Analisis Deskriptif	72
3.7.2	Uji Normalitas.....	74
3.7.3	Uji Multikolonieritas.....	75
3.7.4	Uji Heteroskedastisitas.....	76
3.7.5	Regresi Linear Berganda.....	76
3.7.6	Uji-t	77
3.7.7	Uji-f.....	78
3.7.8	Koefisien Determinasi.....	79
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		80
4.1	Pengumpulan Data	80
4.2	Karakteristik Responden	80

4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia.....	81
4.2.3	Responden Berdasarkan Domisili.....	82
4.2.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
4.2.5	Responden Berdasarkan Pendapatan.....	84
4.3	Hasil Penelitian	85
4.3.1	Analisis Statistik Deskriptif	86
4.3.2	Uji Normalitas.....	125
4.3.3	Uji Multikolinieritas.....	129
4.3.4	Uji Heteroskedastisitas.....	129
4.3.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	131
4.3.6	Koefisien Determinasi.....	133
4.3.7	Uji-t.....	136
4.3.8	Uji-f.....	138
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	139
4.4.1	Analisis Pengaruh <i>Expression</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 140	
4.4.2	Analisis Pengaruh <i>Conventional</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 142	
4.4.3	Analisis Pengaruh <i>Rhetoric</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). 144	
4.4.4	Analisis Pengaruh Desain Pesan Halal “ <i>No Pork, No Lard</i> ” terhadap Keputusan Pembelian	148
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		150
5.1	Kesimpulan	150
5.2	Saran.....	151
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	151
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	151
DAFTAR PUSTAKA		153
Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara		160
Lampiran 2. Hasil <i>Ithenticate</i> oleh Dosen Pembimbing.....		174
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas		175
Lampiran 4. Hasil Responden.....		178

Lampiran 5. Hasil Regresi Linear	243
Lampiran 6. Letter of Acceptance (LOA).....	247

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Restoran <i>All You Can Eat</i>	16
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	38
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional	43
Tabel 2.3 Variabel dan Sub Variabel Penelitian	50
Tabel 2.4 Waktu dan Periode Penelitian	51
Tabel 3.1 Operasional Variabel X.....	54
Tabel 3.2 Operasional Variabel Y.....	61
Tabel 3.3 Skala <i>Likert</i>	63
Tabel 3.4 Hasil Uji Coba (Sample Test) Validitas Variabel Expression (X1).....	68
Tabel 3. 5 Hasil Uji Coba (Sample Test) Validitas Variabel Convention (X2).....	69
Tabel 3. 6 Hasil Uji Coba (Sample Test) Validitas Variabel Rhetoric (X3).....	69
Tabel 3. 7 Hasil Uji Coba (Sample test) Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	70
Tabel 3.8 Kategori Persentase.....	73
Tabel 4.1 Usia	81
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Subvariabel Reaksi Verbal Konsumen.	86
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel Respon Konsumen.....	88
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel Pembelian Ulang Konsumen	89
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel Frekuensi Tampilan Pesan di Instagram.....	91
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel Tampilan Pesan di Spanduk dalam Jangka Waktu Lama	93
Tabel 4.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Expression</i> (X1)	95
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel Membangun Kepercayaan Konsumen	97
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel Respon Konsumen Terhadap Pesan Belum Tersertifikasi Halal MUI.....	99
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel Kepuasan Konsumen Terhadap Produk	101
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel Promosi di Instagram dan Spanduk.....	103

Tabel 4.12 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Conventional</i> (X2)	105
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel Fleksibilitas Penggunaan Pesan	106
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Sub-variabel Pemahaman Konsumen Tentang Konten Pesan.....	108
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Sub-variabel Persepsi Konsumen Terhadap Kehalalan Restoran	110
Tabel 4.16 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai variabel <i>Rhetoric</i> (X3). 112	
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Sub-variabel <i>Attention</i>	114
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Sub-variabel <i>Interest</i>	115
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Sub-variabel <i>Search</i>	117
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Sub-variabel <i>Action</i>	119
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Sub-variabel <i>Share</i>	121
Tabel 4.22 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)	123
Tabel 4.23 Hasil Uji Statistik	125
Tabel 4.24 Daftar Responden yang Diidentifikasi Sebagai <i>Outlier</i>	127
Tabel 4.25 Uji Multikolinieritas.....	129
Tabel 4.26 Analisis Regresi Linear Berganda.....	132
Tabel 4.27 Koefisien Determinasi.....	133
Tabel 4.28 Koefisien Determinasi.....	133
Tabel 4.29 Koefisien Determinasi.....	134
Tabel 4.30 Koefisien Determinasi.....	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Wangja Korean Barbeque	3
Gambar 1.2 Menu <i>Premium Package</i>	4
Gambar 1.3 Menu <i>Wagyu Package</i>	5
Gambar 1.4 Spanduk Wangja Korean Barbeque	6
Gambar 1.5 We Are Social: Most-Used Social Media Platforms.....	9
Gambar 1.6 Top 15 Global Islamic Economy Indicator Score.....	11
Gambar 1.7 Tampilan Bio Instagram Wangja Korean Barbeque pada Akun @wangjakoreanbbq.....	19
Gambar 1.8 Klaim “ <i>No Pork, No Lard</i> ” yang Ditampilkan di <i>Feeds</i> Instagram @wangjakoreanbbq.....	20
Gambar 2.2 We Are Social: The World’s Most -Used Social Platforms.....	34
Gambar 2.3 We Are Social: The World’s Most -Used Social Platforms.....	34
Gambar 2.1 Model AIDMA ke AISAS	37
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 4.32 Profil Wangja Korean Barbeque	146
Gambar 4.33 Spanduk Wangja Korean Barbeque	146

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara	160
Lampiran 2. Hasil <i>Ithenticate</i> oleh Dosen Pembimbing	174
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	175
Lampiran 4. Hasil Responden	178
Lampiran 5. Hasil Regresi Linear	243
Lampiran 6. Letter of Acceptance (LOA).....	247