

**ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MAKANAN DALAM KEMASAN
PADA SANTRI PONDOK PESANTREN
DARUL IRFAN KOTA SERANG**

SKRIPSI

Diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Sultan Maulana Hasanuddin Banten
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

FAJAR ARI KUSHARYADI

NIM : 131401333

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN
MAULANA HASANUDDIN BANTEN
2018 M / 1439 H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiatisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima ataupun sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 06 November 2018

Fajar Ari Kusharyadi

NIM: 131401333

ABSTRAK

Fajar Ari Kusharyadi, NIM: 131401333, Judul Skripsi: **Analisis Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan pada Santri Pondok Pesantren Darul Irfan Kota Serang.**

Label halal merupakan label yang dicantumkan pada kemasan pangan, obat, dan kosmetik yang mengindikasikan bahwa suatu produk telah menjalani proses pemeriksaan kehalalan dan telah dinyatakan halal oleh Badan penyelenggara Jaminan Produk Halal dan Majelis Ulama Indonesia.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada santri pondok pesantren Darul Irfan kota Serang? 2) bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap label halal.?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada santri pondok pesantren Darul Irfan kota Serang, serta untuk bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap label halal.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik analisis data uji asumsi klasik, analisis regresi sederhana, uji t, koefisien korelasi, dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS 23.

Hasil analisis diperoleh dari uji hipotesis $t_{hitung} > t_{tabel} = 4,709 > 2,032$ dengan taraf signifikansi $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,628 terletak pada interval koefisien 0,60 – 0,799 menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,395. Hal ini berarti variabel label halal dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada santri pondok pesantren darul Irfan, yaitu sebesar 39,5%, Sedangkan sisanya yaitu sebesar $100\% - 39,5\% = 60,5\%$ di pengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian.

Nomor : Nota Dinas
Lamp : 1 (satu) Eksemplar
Hal : **Pengajuan Munaqasyah**
a.n. Fajar Ari Kusharyadi
NIM : 131401333

Kepada Yth
Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam
UIN SMH Banten
Di –
Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan menganalisis serta mengadakan koreksi seperlunya, kami berpendapat bahwa skripsi saudara Fajar Ari Kusharyadi, NIM: 131401333 yang berjudul **Analisis Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan pada Santri Pondok Pesantren Darul Irfan Kota Serang** telah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqasyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Demikian atas segala perhatian Bapak/ Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 06 November 2018

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Budi Sudrajat, M.A.
NIP.

Di'amah Fitriyyah, M.Pd
NIP. 19870306 201503 2 003

PERSETUJUAN

ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN DALAM KEMASAN PADA SANTRI PONDOK PESANTREN DARUL IRFAN KOTA SERANG

Oleh:

FAJAR ARI KUSHARYADI

NIM: 131401333

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Budi Sudrajat, M.A.

NIP. 19740307 200212 1 004

Di'amah Fitriyyah, M.Pd.

NIP. 19870306 201503 2 003

Mengetahui:

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Ketua Jurusan

Ekonomi Syariah,

Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si.

NIP. 19640212 199103 2 003

Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., MAk.

NIP 19740822 200501 2 003

PENGESAHAN

Skripsi a.n. Fajar Ari Kusharyadi, NIM 131401333 yang berjudul **Analisis Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan pada Santri Pondok Pesantren Darul Irfan Kota Serang** telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, pada tanggal 27 Desember 2018.

Skripsi tersebut telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 27 Desember 2018

Sidang Munaqosyah

Ketua Merangkap Anggota,

Sekretaris Merangkap Anggota

Dr. H. Efi Syarifudin, M.M.
NIP. 19780314 200501 1 005

Elfizawati, M.M.
NIP.19710802 200604 2 006

Anggota:

Penguji I

Penguji II

Rustamunadi, M.H.
NIP. 19670924 198903 1 001

Aan Ansori, M.Kom., M.M.
NIP. 19731015 200701 1 027

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Budi Sudrajat, M.A.
NIP. 19740307 200212 1 004

Di'amah Fitriyyah, M.Pd.
NIP. 19870306 201503 2 003

PERSEMBAHAN

Sebagai wujud rasa syukur kehadiran Allah SWT, terimakasih ku ucapkan untuk Ayahanda H.Khumed dan Ibunda Hj.Mastiyah tercinta atas segala doa, kasih sayang, keringat, dan air mata, kekuatan dan kesabaran yang telah engkau curahkan dalam mendidik dan membesarkanku.

Terimakasih untuk kakak dan adikku tercinta yang telah memberikan pengorbanan, semangat dan doanya, dan untuk yang tersayang Dwi Putri Maharani yang selalu mendoakan dan mensupport di setiap waktunya.

Skrpisi ini ku persembahkan.

MOTTO

“Maka janganlah sekali kali engkau membiarkan kehidupan dunia ini memperdayakanmu.”

(Qs. Al-Fathir: 5)

“Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram juga jelas dan diantara keduanya terdapat kesamaran”

(HR. Muslim)

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Tangerang pada tanggal 25 Januari 1995, yang kemudian diberi nama Fajar Ari Kusharyadi oleh kedua orang tua penulis. Penulis merupakan putra ke dua dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak H.Khumed dan ibu Hj.Mastiyah yang beralamat di Kampung Legok Sukamaju Desa Legok Sukamaju Kecamatan Kemiri Rt. 007 Rw. 002 Kabupaten Tangerang Provinsi Banten.

Pendidikan formal yang ditempuh penulis yaitu tingkat Sekolah Dasar di SDN Legok Sukamaju lulus pada tahun 2007, melanjutkan di SMPN 1 Kemiri lulus pada tahun 2010, dan melanjutkan di SMA Mandiri Balaraja lulus pada tahun 2013. Setelah itu penulis melanjutkan ke Perguruan Tinggi tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Selama menjadi mahasiswa di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis pernah aktif mengikuti organisasi Kepalangmerahan. Demikian riwayat hidup singkat penulis dibuat dengan sebenar-benarnya.

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan nikmat, rahmat serta hidayahnya kepada penulis, shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, dan orang-orang yang senantiasa mengikuti dan melaksanakan sunnahnya sampai akhir zaman.

Berkat pertolongan Allah SWT dan usaha yang sungguh-sungguh penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: ***Analisis Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan pada Santri Pondok Pesantren Darul Irfan Kota Serang***, sebagai salah Satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini.

Dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan tertinggi kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Fauzul Iman, M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bergabung dan belajar di lingkungan UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Semoga Allah SWT membalas kebaikan bapak.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah mendorong penyelesaian studi dan skripsi penulis. Semoga Allah SWT membalas kebaikan ibu.
3. Ibu Hj. Mukhlisotul jannah, M.M.,MAk. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah mengarahkan, mendidik, serta

memberikan motivasi kepada penulis. Semoga Allah SWT membalas kebaikan bapak.

4. Bapak Dr. Budi Sudrajat, M.A. dan Ibu Di'amah Fitriyyah, M.Pd, selaku Dosen pembimbing skripsi satu dan dua, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan serta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan bapak dan ibu.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Kepada seluruh staf Akademik dan seluruh Pegawai serta Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah banyak memberikan bantuan selama masa studi.
7. Seluruh responden santri pondok pesantren Darul Irfan yang telah bersedia membantu penulis menyelesaikan skripsi ini,

dan seluruh teman-teman yang sudah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan dalam menyusun skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga seluruh bantuan dan motivasi yang disumbangkan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini menjadi amal shaleh serta mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya, serta menjadi salah satu penyumbang dan pelengkap ilmu pengetahuan.

Serang, 15 November 2018
Penulis

Fajar Ari Kusharyadi

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11
G. Kerangka Pemikiran.....	12
H. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Pengertian Label Halal	17
B. Pengertian Halal	21
C. Keputusan Pembelian	
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	29

2. Tahap-Tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan.....	31
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	35
4. Dimensi Keputusan Pembelian	37
5. Indikator Keputusan Pembelian	39
D. Penelitian Terdahulu yang Relevan	42
E. Hipotesis Penelitian	46

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	48
B. Metode Penelitian.....	39
C. Populasi dan Sampel	39
D. Jenis dan Sumber Data	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisis Data.....	42
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reabilitas.....	43
3. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana .	44
4. Uji Asumsi Klasik.....	44
5. Uji Hipotesis.....	46
6. Uji Analisis Koefisien Korelasi	47

7. Uji Analisis Koefisien Determinasi	47
G. Operasional Variabel Penelitian	47

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
B. Hasil penelitian.....	50

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	KerangkaPemikiran	15
Gambar 2.1	Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan	31
Gambar 4.1	Macam-Macam Label Halal	63
Gambar 4.2	Label Halal Resmi MUI.....	64
Gambar 4.3	Label Halal Resmi dengan Beragam Warna	66

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Analisis Pernyataan Label Halal	68
Tabel 4.2	Analisis Pernyataan Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.3	Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.4	Kriteria Responden Berdasarkan Universitas ..	71
Tabel 4.5	Variabel X dan Y	73
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Pengaruh Label Halal	74
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	75
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Pengaruh Label Halal dan Keputusan Pembelian	77
Tabel 4.9	Regresi Linear Sederhana	78
Tabel 4.10	Hasil Uji One Sampel Kolmogorov-Smirnov ..	79
Tabel 4.11	Hasil Uji Park	81
Tabel 4.12	Hasil Uji Autokorelasi	82
Tabel 4.13	Uji Hipotesis	84
Tabel 4.14	Interpretasi Koefisien Korelasi	85
Tabel 4.15	Hasil Analisis Koefisien Korelasi	85
Tabel 4.16	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	86

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk muslim mencapai 85% atau sekitar 207,176,162 jiwa menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada sensus penduduk tahun 2010.¹ Jumlah tersebut menunjukkan bahwa konsumsi terbesar dipegang oleh umat muslim, satu hal yang menjadi perhatian oleh masyarakat muslim adalah ketika akan membeli dan mengonsumsi suatu makanan adalah kehalalan dari makanan tersebut.

Dalam ajaran Islam seorang muslim diharuskan mengonsumsi yang halal dan dilarang untuk mengonsumsi sesuatu yang haram, perintah tersebut terdapat dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 168 yang artinya :

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena sesungguhnya setan itu adalah musuh nyata bagimu (QS Al-Baqarah : 168)

¹ Badan Pusat Statistik, <http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321> (di akses 21 Februari 2017)

Kehalalan terhadap makanan khususnya dalam pembahasan ini adalah makanan dalam kemasan menjadi prioritas, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah beragama Islam maka sewajarnya produsen makanan dalam kemasan melampirkan keterangan yang menyatakan bahwa produk yang diproduksinya adalah halal atau berlabel halal. Karena seorang muslim dalam mengonsumsi makanan tidak hanya mengedepankan cita rasa dan kandungan gizi, namun juga mempertimbangkan kehalalan dari mengonsumsi makanan tersebut, karena apabila makanan tersebut halal maka makanan tersebut baik untuk dikonsumsi.

Pemahaman yang semakin baik tentang agama akan membuat konsumen muslim menjadi semakin selektif dalam pemilihan produk yang dikonsumsi. Khusus di Indonesia, konsumen muslim dilindungi oleh lembaga atau badan yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen muslim di Indonesia. Lembaga ini adalah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) bersama Majelis Ulama Indonesia (MUI). Lembaga ini

mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal, sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat diberi label halal pada produknya. Produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen muslim.

Mengingat pentingnya kehalalan tersebut pemerintah telah mengeluarkan UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang artinya semua produk yang beredar di Indonesia harus bersertifikat dan berlabelkan halal. Proses sertifikasi label dilakukan oleh MUI dalam sidang Fatwa Halal, dalam sidang tersebut mengikut sertakan para pakar, unsur kementerian atau lembaga, dan instansi terkait. Sedangkan pemeriksaan atau pengujian produk dilakukan oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal). Sebelum diresmikannya BPJPH pada 11 Oktober 2017, MUI adalah satu-satunya lembaga yang berperan mengeluarkan sertifikat halal,

namun dengan peresmian tersebut maka tugas tersebut diambil alih oleh BPJPH namun tetap melibatkan MUI sehingga sertifikat ataupun label halal serta fatwa-fatwa MUI menjadi dokumen negara, dan tetap berlaku.

Direktur LPPOM MUI Lukmanul Hakim mengatakan, logo yang digunakan oleh LPPOM MUI adalah logo lingkaran Majelis Ulama Indonesia dengan tulisan halal aksara Arab di tengahnya. Logo Ini sudah disepakati antara MUI dan BPOM dan telah digunakan bertahun-tahun.² Label halal tersebut adalah satu-satunya label resmi yang diakui di Indonesia sampai batas waktu tertentu dan harus tertera disetiap kemasan produk makanan. Akan tetapi, fakta di lapangan yang berhasil penulis dapatkan adalah masih adanya produk makanan dalam kemasan tanpa identitas halal haramnya, masih ditemukannya label halal yang tanpa mencantumkan lembaga resmi beredar di pasaran, label halal tersebut bisa dikatakan tidak sah atau palsu karena tidak terdapat lembaga yang menjamin akan kehalalan produk tersebut.

² Lukmanul Hakim, Mana Logo Halal yang Resmi? http://m.Republika.co.id/amp_version/nl524k9 (di akses 21 Februari 2017)

Dengan semakin banyak pilihan produk makanan dalam kemasan, tentunya konsumen harus pintar dalam memilih dan mengonsumsi makanan, karena walaupun telah disahkannya UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, bukan berarti para produsen atau distributor makanan dalam kemasan mau begitu saja menaati aturan pemerintah, fakta di lapangan membuktikan masih di temukanya produk yang belum memiliki label halal seperti contoh kasus mie instan yang berasal dari korea yang beredar di pasaran yang belum memiliki label halal dan setelah diteliti oleh BPOM ternyata mengandung fragmen DNA spesifik babi.³ Selain itu masih terdapat lagi produk makanan dalam kemasan yang beredar tanpa memiliki label halal atau identitas yang jelas tentang kehalalan dan keharamannya.

Masih lemahnya pengawasan pemerintah mengenai peredaran produk makanan dalam kemasan juga menjadi suatu alasan mengapa masih terdapat produk tanpa identitas halal di pasaran, sehingga konsumen harus pintar-pintar sebelum

³ Ihsanudin, Kasus Mi Samyang, <https://nasional.kompas.com/read/2017/06/19/12042841/mui.minta.polisi.usut.kasus.mi.samyang.mengandung.babi> (diakses pada 20 Desember 2017 pukul 19:20)

menentukan pilihan dengan terlebih dahulu mencari informasi kehalalan produk tersebut sebelum memutuskan untuk membeli produk makanan dalam kemasan.

Di Indonesia khususnya kota Serang yang termasuk dalam wilayah provinsi Banten, terdapat banyak sekali tempat untuk belajar dan memperdalam ilmu agama islam atau biasa di sebut pondok pesantren, salah satunya adalah Pondok Pesantren Darul Irfan kota Serang. Pondok Pesantren Darul Irfan kota Serang adalah lembaga pendidikan non formal di bawah naungan Yayasan Darul Irfan, Pondok pesantren Darul Irfan kota Serang merupakan pondok pesantren semi modern, yaitu disamping masih mempertahankan tradisi salaf, juga menerima pemikiran ulama kontemporer. Sehingga pemikiran santri tidak kolot dan kaku hanya berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits, namun juga mengikuti perkembangan jaman dan arus globalisasi dengan tidak bertolak dengan Al-Qur'an, hadits, qiyas, serta ijma' ulama termasuk fatwa MUI (Majelis Ulama Indonesia).

Pondok Pesantren Darul Irfan kota Serang adalah pondok pesantren yang keseluruhan santrinya adalah para pelajar dan

mahasiswa dari tingkat menengah pertama hingga perguruan tinggi, seharusnya mengerti akan pentingnya makanan yang halal dan makanan yang berlabelkan halal melihat latar pendidikan mereka yang menempuh jalur pendidikan formal dan non formal. Dalam penelitian ini peneliti hanya akan meneliti santri mahasiswa dengan asumsi bahwa mahasiswa lebih mempunyai pengetahuan umum dan agama yang lebih tinggi dari jenjang lainnya.

Penomena yang terjadi di kalangan santri pondok pesantren Darul Irfan kota Serang adalah setiap individu santri dalam memenuhi kebutuhan konsumsinya tidak mendapatkan aturan dari pihak pondok pesantren artinya santri di pondok pesantren ini mempunyai kebebasan untuk dapat membeli dan mengkonsumsi kebutuhan makanan apapun yang dibutuhkan sesuai keinginan, hal ini juga disebabkan karena pondok pesantren tidak atau belum memfasilitasi. Pada kenyataannya memang demikian menurut hasil observasi yang di lakukan peneliti, Santri pondok pesantren tersebut membeli produk makanan dalam kemasan seperti mi instan, makanan ringan,

biskuit, dan makanan dalam kemasan lainnya di warung-warung ataupun toko swalayan dan sejenisnya.⁴ Realisasinya apakah para santri mencari informasi kehalalan produk makanan dalam kemasan dengan terlebih dahulu melihat label halal pada kemasan sebelum membeli produk makanan dalam kemasan dan menjadikan label halal sebagai syarat yang di gunakan ketika memutuskan untuk membeli makanan dalam kemasan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian yang berjudul : *“Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan pada Santri Pondok Pesantren Darul Irfan Kota Serang.”*

B. Identifikasi Masalah

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk 85% nya adalah muslim dengan jumlah tersebut tidak menjadikan Indonesia sebagai negara muslim namun menjadi negara yang bertoleransi, akan tetapi kehalalan suatu produk makanan menjadi prioritas utama, sehingga diwajibkan bagi semua produsen obat

⁴ Suhendar, “Tentang Yayasan Darul Irfan” diwawancarai oleh Fajar Ari Kusharyadi, Recording, Samsung, Serang, 10 Maret 2018.

dan makanan untuk memiliki sertifikat halal sehingga produk yang diproduksi dan dipasarkan berlabelkan halal.

Masih lemahnya pengawasan dari pemerintah terhadap produk makanan dalam kemasan yang beredar di masyarakat, menyebabkan tidak sedikit di temuinya produk makanan tersebut beredar dipasaran tanpa memiliki label halal yang sah atau bahkan tidak mencantumkan label halal dan tanpa keterangan yang menjelaskan halal dan haramnya produk tersebut. Hal tersebut menjadi masalah bagi konsumen muslim karena konsumen muslim hanya mengkonsumsi makanan yang halal, dengan adanya label halal maka konsumen muslim akan menjadi lebih yakin dan tidak ragu-ragu ketika membeli produk makanan dalam kemasan yang akan dikonsumsinya. Oleh karena itu diperlukannya kesadaran dari semua pihak dalam hal ini, guna melindungi konsumen baik itu konsumen muslim ataupun konsumen yang menginginkan makanan yang lebih baik dan sehat.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu meluas. Penulis akan membatasi penelitian ini dengan rumusan sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan pada santri pondok pesantren Darul Irfan kota Serang.
2. Penelitian dilakukan hanya pada produk makanan dalam kemasan yang dikemas dalam kemasan yang kedap udara seperti dalam kemasan plastik, kaleng, sterofom dan lain sebagainya.
3. Penelitian dilakukan pada produk makanan dalam kemasan yang beredar di warung atau toko swalayan, mini market, supermarket, mol dan sejenisnya, bukan dari pedagang kaki lima yang harus diolah terlebih dahulu oleh pedagang.
4. Permasalahan yang dikaji hanya pada pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada santri pondok pesantren Darul Irfan kota Serang.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada santri pondok pesantren Darul Irfan kota Serang?
2. Bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap label halal?

E. Tujuan Penulisan

Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada santri pondok pesantren Darul Irfan kota Serang.
2. Untuk mengetahui bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap label halal?

F. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Semoga hasil penelitian ini dapat meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang berharga yang diperoleh selama proses perkuliahan dan penelitian dan kedepannya semakin berkembang.

2. Bagi Akademis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih ide atau gagasan dalam melakukan suatu penelitian ilmiah, dan dapat melengkapi kepustakaan yang dibutuhkan dalam penyediaan bahan studi yang dibutuhkan.

3. Bagi Pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para pembaca, sebagai masukan atau acuan tentang permasalahan label halal dan keputusan pembelian makanan dalam kemasan.

G. Kerangka Pemikiran

Labelisasi halal merupakan rangkaian persyaratan yang seharusnya dipenuhi oleh pelaku usaha yang bergerak dibidang produk pengolahan obat dan makanan, label halal merupakan

syarat penting untuk kemajuan produk-produk makanan. Setiap kemasan produk haruslah berlabelkan halal karena Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim demi ketentraman dan kenyamanan konsumen pelaku usaha wajib menampilkan label halal yang sah yang dikeluarkan oleh pemerintah melalui aparat yang berwenang pada setiap produk makanan dalam kemasan. Halal berkaitan dengan jaminan kehalalan yang ditunjukkan dengan adanya sertifikasi halal, disamping itu pemberian jaminan halal yang tertera dengan dicantulkannya label halal akan meningkatkan daya saing produk.

Konsumen haruslah mengerti fungsi dari label halal dan memastikan label halal tercantum pada setiap produk makanan yang akan dibeli dan dikonsumsi. Konsumen sebenarnya dipermudah dengan adanya label halal sehingga tidak perlu merasa khawatir terhadap produk yang akan dikonsumsi, konsumen hanya harus lebih teliti dan memperhatikan kemasan pada setiap produk makanan dalam kemasan yang akan dibeli.

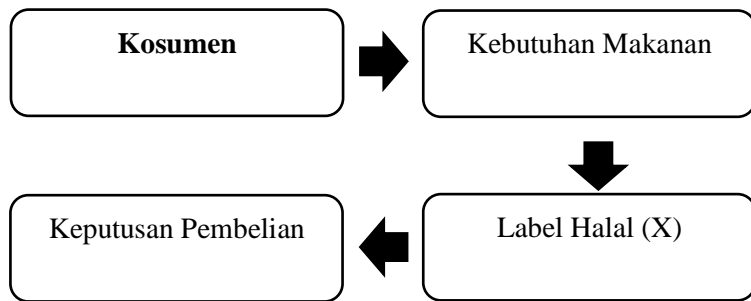
Hadits Nabi Shalallahu'alaihi Wasalam:

“Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram juga jelas dan diantara keduanya terdapat kesamaran” (HR. Muslim).

Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku pasca pembelian.⁵

Proses pembelian pada umumnya terjadi ketika konsumen mendatangi tempat perbelanjaan dan kemudian memilih produk makanan dalam kemasan lalu mencari informasi yang tertera pada kemasan makanan dan terjadilah proses pengambilan keputusan oleh konsumen. Dalam kerangka pemikiran penelitian ini hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut :

⁵ Basu Swasla dan T Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa dan perilaku konsumen* (Yogyakarta: BPFE, 2000), 15.



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

H. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan pemahaman dan gambaran yang sistematis dengan mudah, maka penulisan mencantumkan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Pustaka

Bab ini membahas tentang teori yang berisi tentang dasar hukum label halal, pengertian label halal, pengertian halal,

keputusan pembelian, penelitian terdahulu yang relevan, dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian, ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan operasional variabel penelitian.

BAB IV Pembahasan Hasil Penelitian

Bab ini berisi tentang analisis dan pembahasan mengenai analisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada santri pondok pesantren Darul Irfan kota Serang

BAB V Penutup

Bab ini meliputi kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Pengertian Label Halal

Label berasal dari bahasa Inggris "*label*" yang berarti "nama" atau memberi nama. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, label adalah sepotong kertas (kain, logam, kayu dan sebagainya) yang ditempelkan pada barang dan menjelaskan tentang nama barang, nama pemilik, tujuan, alamat dan sebagainya.⁶

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan, label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan yang selanjutnya dalam peraturan pemerintah disebut label.⁷

⁶ Tim Puataka Phoniex, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Edisi Baru*, Cet Ke 6 (Jakarta: PT Media Pustaka Phoenix, 2012), 512.

⁷ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, <http://jdih.pom.go.id/showpdf> (diunduh pada 21 Februari 2018 pukul 21:12)

Pengertian yang lain mengenai label yaitu bagian sebuah produk yang memberikan informasi tentang produk atau penjualannya. Disamping itu ada beberapa tipe-tipe label secara spesifik yang mempunyai pengertian berbeda antara lain:

- a. Label produk (*product label*) adalah merek yang diletakkan pada produk atau kemasan atau semata-mata berfungsi sebagai merek
- b. Label merek (*brand label*) adalah merek yang diletakkan pada produk atau kemasan atau semata-mata berfungsi sebagai merek.
- c. Label tingkat kualitas (*grade label*) yaitu label yang mengidentifikasi kualitas produk melalui huruf, angka atau abjad.
- d. Label deskriptif (*descriptive label*) yaitu label yang memberikan informasi tentang penggunaan, pemeliharaan penampilan dan ciri-ciri lainnya.

Adapun fungsi label meliputi :

- a. Mengidentifikasi produk atau merek.
- b. Menggolongkan produk.

- c. Menjelaskan beberapa hal mengenai produk.
- d. Sebagai alat promosi.⁸

Label memiliki kegunaan untuk memberikan informasi yang benar, Jelas, dan lengkap baik mengenai kuantitas, isi, kualitas maupun hal-hal lain yang diperlukan mengenai barang yang di perdagangkan. Dengan adanya label konsumen akan memperoleh informasi yang benar, mengenai kualitas barang atau jasa beredar dan dapat menentukan pilihan sebelum membeli.⁹

Sertifikat Halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat islam. Sertifikat halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.¹⁰

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa label halal adalah label yang dicantumkan pada kemasan pangan yang

⁸ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi Dan Kasus* (Yogyakarta: CAPS, 2012), 125.

⁹ Majelis Ulama Indonesia Bagian Proyek Sarana dan Prsarana Produk Halal Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produk Halal* (Jakarta: Departemen Agama, 2003), 2.

¹⁰ Sertifiat Halal, http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_selection/55/1360/ page/1 (diakses pada 21 Februari 2018 pukul 20:29)

mengindikasikan bahwa suatu produk telah menjalani proses pemeriksaan kehalalan dan telah dinyatakan halal. Label halal sebagai bukti tanda atau bukti tertulis sebagai jaminan produk yang halal dengan tulisan halal dalam bahasa arab, halal huruf latin dan kode dari menteri yang dikeluarkan atas dasar pemeriksaan di bentuk atau rekomendasikan MUI.

Indikator label halal berdasarkan Pasal 1 ayat 3 dari PP No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan adalah sebagai berikut:

- a. Gambar, merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan dsb). Dalam penelitian ini gambar tersebut adalah gambar label halal
- b. Tulisan, merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca. Tulisan yang dimaksud adalah tulisan yang bertuliskan halal.
- c. Kombinasi gambar dan tulisan, merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian, dalam penelitian ini kombinasi tersebut adalah kombinasi dari gambar dan tulisan halal.

d. Menempel pada kemasan, dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk).¹¹ Dalam penelitian ini label halal harus menempel pada kemasan produk.

B. Pengertian Halal

Kata halal berasal dari bahasa arab yaitu *halla*, *yahillu*, *hillan* yang artinya membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan, dan membolehkan, secara istilah halal adalah segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya atau sesuatu yang boleh dikerjakan menurut syariat.

Al-Jurjani ahli bahasa arab dalam kitab *At-Ta'rifat* (kitab definisi) mengemukakan bahwa kata halal menyangkut kebolehan menggunakan benda-benda atau apa saja yang dibutuhkan untuk memenuhi keperluan fisik, termasuk didalamnya makanan, minuman dan obat-obatan.¹²

¹¹ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan

¹² A. Rahman Ritonga, *Ensiklopedi hukum islam cetakan kelima* (Jakarta: PT Ichtiar Van Hoeve, 2001), 506-507.

Halal juga dapat dikatakan adalah sesuatu yang dengannya terurailah buhul yang membahayakan, dan Allah memperoleh untuk dikerjakan.¹³ Dalam Islam istilah halal biasa digunakan terhadap sesuatu tindakan, percakapan, perbuatan tanpa dikenakan dosa. Lawan dari halal adalah haram yaitu sesuatu yang Allah melarangnya untuk dilakukan dengan larangan yang tegas, setiap orang yang menentanginya akan berhadapan dengan siksaan Allah di akhirat. Bahkan terkadang ia juga terancam sanksi syariat di dunia ini.¹⁴

Pengertian halal menurut Departemen Agama yang dimuat dalam KEPMENAG RI No 518 Tahun 2001 tentang Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal adalah tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam. Sedangkan yang dimaksud dengan makanan halal menurut Himpunan Majelis Ulama Indonesia

¹³ Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam* (Solo: Era Intermedia, 2003),31.

¹⁴ Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, 31.

(MUI) adalah makanan yang dibolehkan memakanya menurut ajaran Islam.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa halal adalah segala sesuatu meliputi perilaku, perbuatan, perkataan termasuk juga dalam mengonsumsi, yang boleh dilakukan tanpa adanya dalil Al-Quran dan sunnah yang dengan tegas melarangnya.

Dari sinilah maka wilayah keharaman dalam syariat Islam sesungguhnya sangatlah sempit. Sebaliknya, wilayah kehalalan terbentang sangat luas, itu karena *nash* baik yang shahih maupun sharih yang datang dengan mengharamkan sedikit sekali jumlahnya. Selain itu, sesuatu yang tidak ada *nash* yang mengharamkan atau menghalalkannya, dikembalikan kepada hukum asalnya, boleh. Ia berada di wilayah kemaafan Tuhan.¹⁵

Al-Qur'an secara tegas menyebutkan tentang perintah mengonsumsi makanan halal dalam beberapa ayat diantaranya dalam QS. Al-Baqarah ayat 168.

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; Karena Sesungguhnya syaitan itu

¹⁵ Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, 37.

adalah musuh yang nyata bagimu (QS Al-Baqarah : 168)

Menurut tafsir Ibnu Katsir setelah Allah swt. menjelaskan bahwasanya tiada sembah yang hak kecuali Dia dan bahwasanya Dia sendiri yang menciptakan, Dia pun menjelaskan bahwa Dia Maha pemberi rezeki bagi seluruh makhluk-Nya. Dalam hal pemberian nikmat, Dia menyebutkan bahwa Dia telah membolehkan manusia untuk memakan segala yang ada dimuka bumi, yaitu makanan yang halal, baik, dan bermanfaat bagi dirinya serta tidak membahayakan bagi tubuh dan akal pikirannya, dan Dia juga melarang mereka untuk mengikuti langkah dan jalan syaitan, dalam tindakan-tindakannya yang menyesatkan para pengikutnya, seperti mengharamkan *bahirah*, *saibah*, *washilah*, dan lain-lainnya yang ditanamkan syaitan kepada mereka pada masa Jahiliyah.¹⁶

Menurut LPPOM MUI (Majelis Ulama Indonesia), syarat kehalalan yaitu:

- a. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.

¹⁶ Tafsir Ibnu Katsir Surat Al-Baqarah ayat 168, <https://alquranmulia.wordpress.com/2015/04/06/tafsir-ibnu-katsir-surat-al-baqarah-ayat-168-169/> (diakses pada sabtu 28 Juli 2018 pukul 19:19 WIB)

- b. Tidak mengandung khamr dan produk turunannya.
- c. Semua bahan asal hewan harus berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
- d. Tidak mengandung bahan lain yang diharamkan atau tergolongkan najis.
- e. Semua tempat penyimpangan tempat penjualan, pengolahan, tempat pengolahan dan alat transportasi tidak boleh digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya.

Syarat-syarat produk pangan halal menurut syariat Islam adalah:

- a. Halal dzatnya adalah halal dari hukum asalnya misalkan sayuran.
- b. Halal cara memperolehnya adalah cara memperoleh sesuai dengan syariat Islam misalkan tidak dengan mencuri.
- c. Halal dalam memprosesnya adalah misalkan proses menyembelih bintang dengan syariat Islam misalkan dengan membaca bismillah

- d. Halal dalam penyimpanannya, maksudnya tempat penyimpanannya tidak mengandung barang yang diharamkan seperti, babi, anjing (binatang yang diharamkan oleh Allah SWT).
- e. Halal dalam pengangkutannya adalah misalkan binatang yang mati dalam pengangkutan sekalipun baru sebentar, tidak boleh ikut di sembelih dan dikonsumsi oleh manusia.
- f. Halal dalam penyajian tidak mengandung barang yang diharamkan menurut syariat Islam.¹⁷

Adapun makanan yang diharamkan dalam Islam ada dua jenis yaitu :

- a. Haram karena Dzatnya

Makanan yang diharamkan karena dzatnya. Dalam hal ini yang dimaksud adalah asal makanan tersebut memanglah sudah haram seperti daging babi, daging binatang buas seperti anjing, darah, dan sebagainya. Seseorang yang beriman tentunya tidak akan pernah mencoba untuk

¹⁷ Majelis Ulama Indonesia Bagian proyek sarana dan prasarana produk halal, Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Tanya Jawab Seputar Poduk Halal* (Jakarta: Departemen Agama, 2003), 17.

mengonsumsi makanan tersebut karena tahu bahwa makanan tersebut haram dzatnya.

b. Haram karena suatu sebab

Makanan yang diharamkan karena suatu sebab yang tidak berkaitan dengan bentuk fisik atau dzatnya. Makanan yang seperti ini dimaksudkan bahwa makanan tersebut asalnya halal namun hukumnya berubah menjadi haram karena sesuatu misalnya makanan yang didapat dari rezeki yang tidak halal misalnya hasil curian, hasil zina, perdukunan, makanan atau daging yang tidak disembelih atas nama Allah SWT dan lain sebagainya.

Berikut ini adalah beberapa makanan yang diharamkan oleh Allah SWT:

- a. Bangkai: yang dimaksud dengan bangkai adalah semua hewan yang mati dan disembelih dengan cara yang tidak sesuai dengan ajaran agama islam.
- b. Darah: darah adalah cairan yang terkandung dalam tubuh hewan dan ia senantiasa mengalir dan terpancar apabila hewan disembelih. Darah haram hukumnya untuk dikonsumsi

dan termasuk darah yang dibekukan atau darah yang telah diolah sedemikian rupa atau yang biasa dikenal dengan sebutan maris kecuali darah yang masih tertinggal dibagian hewan yang disembelih, halal hukumnya.

- c. Daging babi: telah dijelaskan dalam Alqur'an surat Al-Maidah ayat 3 dan Al-An'am ayat 145 bahwa daging hewan babi haram karena mengonsumsi daging babi dapat menyebabkan mudrat seperti adanya cacung pita dalam tubuh babi dan karena genetik babi hampir sama dengan manusia. Semua bagian tubuh babi adalah haram termasuk lemak dan hormon serta enzim yang terdapat dalam tubuhnya.
- d. Khamr: khamr adalah segala sesuatu yang memabukkan seperti alkohol, anggur, arak dan narkotika.
- e. Semua hewan buas yang bertaring: semua hewan buas yang bertaring haram hukumnya termasuk hewan buas yang telah menjadi jinak seperti kucing ataupun anjing.
- f. Semua burung yang memiliki cakar: memakan burung seperti burung dara, ayam atau itik tentunya halal namun burung dengan cakar yang kuat dan tajam haram untuk dikonsumsi

seperti burung elang atau rajawali. Hal ini didasarkan pada pendapat jumbuh ulama dan ketiga imam terkecuali imam malik.

- g. Jallalah: yang dimaksud dengan jallalah adalah hewan pemakan kotoran manusia atau hewan lain, baik berupa onta, sapi, dan kambing, maupun yang burung, hal ini sesuai dengan pendapat Imam Ahmad dengan hadits Ibnu ‘Umar RA yang meriwayatkan Rasulullah SAW melarang dari memakan al-jallalah dan dari meminum susunya”. (HR. Imam Lima kecuali An-Nasa’i (3787))¹⁸

C. Keputusan pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran suatu produk yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan pada dasarnya tidak

¹⁸ Makanan Haram – Jenis dan Golongannya, <https://dalamislam.com/makanan-dan-minuman/makanan-haram/makanan-haram> (diakses pada 28 Juli 2018 pada pukul 20:05 WIB)

mengetahui makna apa yang ada dalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelum, Sedang, dan setelah melakukan pembelian produk tersebut. Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Pada satu titik dalam proses pembelian, konsumen harus berhenti mencari dan berhenti melakukan evaluasi untuk membuat keputusan pembelian.

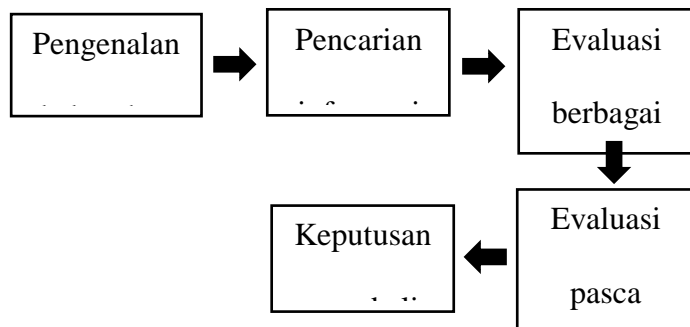
Schiffman dan Kanuk mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.¹⁹ Sedangkan keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi. evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku pasca pembelian.²⁰

¹⁹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*, Edisi kedua cet ke 1 (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 357.

²⁰ Basu Swasla dan T Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa dan perilaku konsumen* (Yogyakarta: BPF, 2000), 15.

2. Tahap-Tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan

Tahapan untuk mencapai keputusan pembelian dilakukan oleh konsumen dapat digambarkan melalui beberapa tahapan yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1
Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan

a. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian diawali dengan pengenalan kebutuhan (need recognition) konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi.²¹ Dalam pengenalan kebutuhan, maka seseorang merasakan adanya stimuli

²¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*, 361.

untuk membeli sesuatu. Stimuli ini bisa datang dari dalam (internal) dan dari luar (eksternal).²²

b. Pencarian Informasi

Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk.²³ Pencarian informasi mengenai mau beli apa, model bagaimana, dimana, dan sebagainya, maka seseorang mencari informasi yang dapat diperoleh dari sumber pribadi, keluarga, teman, tetangga. Dari sumber komersial seperti iklan, tenaga penjual, melihat display. Dari sumber publik seperti media masa, koran, televisi, radio. Dari pengalaman masa lalu pernah menggunakan suatu produk atau melihat produk tersebut.²⁴

c. Evaluasi Berbagai Alternatif

²² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2014), 104.

²³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*, 363.

²⁴ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 104.

Memilih alternatif merupakan pekerjaan yang memerlukan pertimbangan secara relatif atas ketersediaan beberapa pilihan. Apabila tidak banyak pilihan yang tersedia, maka akan terbatas pula pilihan alternatif yang dapat dilakukan dan seseorang harus menerima apa yang ada. Dengan demikian terdapat korelasi antara tersedianya informasi dengan tersedianya pilihan alternatif.²⁵ Beberapa konsep dasar akan membantu memahami proses evaluasi konsumen. *Pertama*, berusaha memenuhi kebutuhan. *Kedua*, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. *Ketiga*, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan.²⁶

d. Keputusan Pembelian

²⁵ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewarusaahaan*, 213.

²⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Cet ke 4 Edisi 12 Jilid 1 (Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2009), 234.

Keputusan pembelian, ini adalah tahap yang harus diambil setelah melalui beberapa tahapan sebelumnya. Bila konsumen mengambil keputusan, maka ia akan mempunyai serangkaian keputusan menyangkut jenis produk, merek, kualitas, model, waktu, harga, cara pembayaran dan sebagainya.²⁷

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen bisa puas bisa juga tidak dan akan terlibat dalam perilaku pasca pembelian yang tetap menarik bagi orang pemasaran. Keputusan konsumen untuk membeli membawa implikasi yang sangat dinantikan oleh para penjual. Konsumen yang membeli sebuah produk akan menikmati atau menggunakan atau mengonsumsi dan atau memanfaatkan dalam arti yang sangat luas, Membeli sebuah produk akan memberikan pengalaman dan pembelajaran yang sangat berharga bagi seorang konsumen. Biasanya konsumen yang mengalami hal-hal

²⁷ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 105.

yang kurang menyenangkan akan menceritakan ketidakpuasannya tersebut kepada teman, kerabat atau orang lain. Sebaliknya apabila konsumen merasa puas dan menyenangkan, maka ia pun akan menceritakan kepuasannya tersebut kepada teman, kerabat dan orang lain.²⁸

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Keputusan membeli yang dilakukan oleh konsumen, dipengaruhi oleh banyak hal. Demikian pola-pola konsumen, terbentuk karena pengaruh lingkungan:

a. Kebudayaan (Culture)

Kebudayaan sangat berpengaruh terhadap nilai-nilai dan pola perilaku seseorang anggota kebudayaan tertentu. Kebudayaan ini diwariskan dari generasi ke generasi berikutnya. Dengan demikian selera seseorang individu akan mengikuti pola selera yang dilakukan oleh nenek moyangnya.

²⁸ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewarusaahaan*, 216.

b. Kelas Sosial (*Social Class*)

Ini merupakan kelompok masyarakat yang mempunyai tingkat tertentu, yang memiliki nilai dan sikap yang berbeda dari kelompok tingkatan lain. Di negara kita, sudah tidak ada kelas masyarakat demikian, namun terlihat pola perbedaan orang-orang terdidik, dan orang-orang yang kurang terdidik, akan tetapi tidak begitu kentara dan tidak boleh dipertajam perbedaan-perbedaan ini. Orang-orang dalam kelas sosial tertentu cenderung memiliki perilaku, kebiasaan tertentu dalam kehidupan sehari-hari.

c. Keluarga (*Family*)

Keluarga adalah lingkungan terdekat dengan individu dan sangat mempengaruhi nilai-nilai serta perilaku seseorang dalam mengkonsumsi barang tertentu. Pola dan barang yang dikonsumsi sehari-hari berbeda jumlah dan mutunya antara keluarga kecil dan keluarga besar namun sangat tergantung atas jumlah anggaran belanja rumah tangga yang tersedia.

d. Klub Klub (Referensi Group)

Klub-klub seperti ini ialah arisan ibu-ibu, klub olahraga, klub rekreasi, klub profesi dan sebagainya. Individu sering menerima advice, pengarahan pemikiran dari anggota kelompok ini yang mempengaruhi pola konsumsi mereka. Reference group ini bisa merupakan group primer, sekunder, atau pemberi aspirasi. Group primer adalah para anggota yang saling berkomunikasi satu sama lain. Group sekunder adalah organisasi yang tidak terlalu banyak berinteraksi tatap muka dengan individu, seperti organisasi serikat pekerja, organisasi keagamaan, organisasi profesi dan sebagainya yang membuat aturan-aturan, kebiasaan-kebiasaan tertentu, Group aspirasi adalah seseorang yang memberi aspirasi untuk memiliki sesuatu.²⁹

4. Dimensi Keputusan Pembelian

a. Pilihan Produk

²⁹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 97-99.

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Organisasi bisnis harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan.

b. Pilihan Merek

Pelanggan harus memutuskan merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini, organisasi bisnis harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek, apakah berdasarkan ketertarikan, kebiasaan, atau kesesuaian.

c. Pilihan Saluran Pembelian

Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen ber beda-beda dalam hal menentukan penyalur, misalnya faktor lokasi, harga, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan berbelanja, keluasan tempat dan lain -lain,

merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk memilih penyalur.

d. Jumlah Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu Saat. Pembelian dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini organisasi bisnis harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari setiap pembeli.

e. Waktu Pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya: ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali, tiga minggu sekali, satu bulan sekali dan sebagainya.³⁰

5. Indikator Keputusan Pembelian Berdasarkan Dimensi

Keputusan Keputusan

a. Pilihan Produk

³⁰ Somad dan Priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan* (Bandung: Alfabeta, 2014), 100-103.

- 1) Keunggulan produk, berupa tingkat kualitas diharapkan oleh konsumen pada produk yang dibutuhkan dari beragam pilihan yang ada.
- 2) Manfaat produk, berupa tingkat kegunaan yang dapat diperoleh konsumen pada tiap pilihan produk untuk memenuhi kebutuhannya.
- 3) Pemilihan produk, berupa pilihan konsumen pada produk yang akan dibelinya sesuai dengan kualitas yang diinginkan dan manfaat yang akan diperolehnya.

b. Pilihan Merek

- 1) Ketertarikan pada merek, berupa ketertarikan pada citra merek yang sudah melekat pada produk yang dibutuhkan.
- 2) Kebiasaan pada merek, konsumen memilih produk dengan merek tertentu, karena telah terbiasa dengan merek tersebut pada produk yang dibelinya.
- 3) Kesesuaian harga, konsumen selalu mempertimbangkan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat produk yang akan diperolehnya.

c. Pilihan Saluran Pembelian

- 1) Kemudahan untuk mendapatkan produk yang diinginkan, konsumen akan merasa lebih nyaman jika lokasi pendistribusian produk mudah dijangkau dalam waktu yang singkat.
- 2) Pelayanan yang diberikan, dengan pelayanan yang baik maka akan menimbulkan kenyamanan konsumen sehingga konsumen akan selalu memilih lokasi tersebut.
- 3) Persediaan barang, kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk tidak dapat dipastikan kapan terjadi, namun dengan ketersediaan barang yang memadai pada penyalur akan membuat konsumen memilih untuk melakukan pembelian di tempat tersebut.

d. Jumlah Pembelian

- 1) Keputusan jumlah pembelian, selain keputusan pada pilihan merek yang ditentukan konsumen, konsumen

juga dapat menentukan kuantitas barang yang akan dibelinya.

- 2) Keputusan pembelian untuk persediaan, dalam hal ini konsumen memiliki produk selain untuk memenuhi kebutuhannya juga melakukan beberapa tindakan persiapan dengan sejumlah persediaan produk yang mungkin dibutuhkannya pada saat mendatang.

e. Waktu Pembelian

- 1) Kesesuaian dengan kebutuhan, ketika merasa butuh sesuatu dan merasa perlu melakukan pembelian.
- 2) Keuntungan yang dirasakan, ketika konsumen membeli kebutuhannya akan suatu produk pada saat tertentu, maka pada saat itu konsumen akan merasakan keuntungan sesuai dengan kebutuhannya melalui produk yang dibelinya.

- 3) Alasan pembelian, setiap produk memiliki alasan untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada saat konsumen membutuhkannya.³¹

D. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Bedasarkan penelitian yang dilakukan dari beberapa sumber kepustakaan, ada beberapa sumber yang telah ada yang berkaitan dengan tema judul penelitian adalah sebagai berikut:

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anita Rizkiyah (2014) skripsi yang berjudul "*Pengaruh Labelisasi Halal Produk Obat Terhadap keputusan Konsumen (Studi di Apotek Gama Balaraja Tangerang).*" Bahwa penelitian ini memiliki t hitung $1.217 < 1.667$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti labelisasi halal obat tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang membeli obat di apotek gama tidak melihat apakah obat yang mereka konsumsi itu halal atau tidak.

³¹ Somad dan Priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, 100-103.

Akan tetapi mereka hanya melihat dari khasiat obat tersebut dan tanpa melihat labelisasi halal pada obat.³²

Penelitian terdahulu ini dilakukan oleh AI Fitriani (2017) skripsi yang berjudul “*Pengaruh Atribut terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi di toko Bajay Jaya Motor Pajangan Kab. Lebak)*” penelitian ini diketahui bahwa thitung < t tabel ($-4.096 < -2.003$), maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel atribut produk berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel keputusan pembelian konsumen di Toko Bajay Motor Jaya. Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh R Square = 0,224 atau 22,4% yang berarti bahwa hubungan atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen karena 0,776 atau 77,6% dipengaruhi oleh faktor lain atau pengaruh lain.³³

Penelitian terdahulu ini dilakukan oleh Vivi Rahmawati pada jurnal yang berjudul “*Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating terhadap Keputusan*

³² Anita Rizkiyyah, *Pengaruh Labelisasi Halal Produk Obat Terhadap keputusan Konsumen Studi di Apotek Gama Balaraja Tangerang* (Serang: Institut Agama Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2014)

³³ AI Fitriani, *Pengaruh Atribut Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi di toko Bajay Jaya Motor Pajangan Kab. Lebak* (Serang: Institut Agama Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2017)

Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang.” Dari perhitungan regresi diperoleh nilai koefisien variabel atribut produk sebesar 0,411 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menyatakan bahwa atribut produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Kota Semarang. Berpengaruhnya variabel atribut produk menunjukkan bahwa semakin baik kualitas bahan yang digunakan aman dan tidak menimbulkan alergi pada kulit pemakainya, serta kosmetik tersebut tidak cepat luntur saat digunakan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk kosmetik Wardah, dari hasil perhitungan uji nilai selisih mutlak dalam penelitian ini diketahui nilai t hitung sebesar 3,983 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa label halal dapat menjadi variabel moderasi antara atribut produk dan keputusan pembelian.

Penelitian terdahulu ini dilakukan oleh Dewi Kurnia Sari dan Ilya Sudaradjat pada jurnal yang berjudul “*Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap keputusan Pembelian*

Produk Makanan Impor dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatra Utara.” Pada hasil penelitiannya terdapat hubungan antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan, hal ini dapat dilihat dari nilai Sig $0,025 < 0,05$. maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Mengenai pernyataan bahwa labelisasi halal memberikan kenyamanan dan keamanan bagi konsumen muslim dalam mengkonsumsi suatu produk makanan impor dalam kemasan diketahui bahwa terdapat 52 responden (63,41%) yang menjawab setuju. Dengan adanya labelisasi halal maka akan mempengaruhi keputusan konsumen muslim untuk membeli dan mengkonsumsi produk makanan impor dalam kemasan, seperti yang terdapat pada pernyataan bahwa karena memiliki labelisasi halal terdapat 51 responden (62,20%) yang menjawab setuju.

Secara umum hasil penelitian diatas terdapat kaitannya dengan yang akan diteliti, yakni masalah label halal dan keputusan pembelian. Akan tetapi secara khusus tidak ada satupun hasil penelitian tersebut sama dengan penelitian penulis.

Perbedaan peneliti ini dengan peneliti sebelumnya yaitu penelitian ini lebih membahas produk makanan dalam kemasan secara umum, sedangkan peneliti terdahulu mereka lebih memfokuskan pada satu produk atau merek dagang, dan yang paling jelas membedakan penelitian ini dengan sebelumnya adalah pada lokasi penelitian.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian.³⁴ Hipotesis ini akan diuji oleh penulis sendiri sehingga akan dapat suatu kesimpulan apakah suatu hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak. Diduga terdapat pengaruh

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 93

label halal (X) terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada Santri Pondok Pesantren Darul Irfan (Y).

Jika didasarkan pada rumusan tersebut, maka hipotesa dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada santri Pondok Pesantren Darul Irfan kota Serang .
2. H_a : Diduga terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada santri Pondok Pesantren Darul Irfan kota Serang.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhitung pada bulan Januari 2018 sampai dengan September 2018. Tempat penelitian dilakukan di Pondok Pesantren Darul Irfan Kota Serang, yang menjadi objek penelitian adalah santri mahasiswa Pondok Pesantren Darul Irfan yang menjadi konsumen pada pembelian produk makanan dalam kemasan.

B. Metode Penelitian

Metode yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian untuk mendapatkan data yaitu menggunakan penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diukur dalam suatu skala angka (*numeric*).³⁵

³⁵ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 4* (Jogjakarta: Erlangga, 2013), 172.

C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³⁶ Populasi terdiri atas manusia atau orang dan dokumen-dokumen yang dapat dipandang sebagai objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah santri mahasiswa Pondok Pesantren Darul Irfan kota Serang yang berjumlah 36 orang.

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik sampling non probability dengan menggunakan sampling jenuh.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 93.

Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.³⁷ Hal ini dilakukan karena jumlah populasi yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 36 responden, maka jumlah tersebut keseluruhan dijadikan sampel penelitian.

D. Jenis dan Sumber Data

Data adalah informasi yang diperlukan untuk membantu kita dalam membuat keputusan dalam situasi tertentu. Untuk analisis statistik yang digunakan dalam proses pembuatan keputusan, input data yang digunakan haruslah tepat. Jika datanya tidak tepat, maka hasil analisisnya tidak akan bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya, walaupun analisis tersebut telah menggunakan teknik analisis yang baik.³⁸

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dilakukan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2010), 122.

³⁸ Abdul Hakim, *Statistika Deskriptif Untuk Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: Ekonisia, 2001), 20.

primer disebut juga data asli atau data baru.³⁹ Data tersebut diperoleh langsung dari sumber pertama, data tersebut meliputi data pengaruh label halal dan keputusan pembelian pada produk makanan dalam kemasan pada santri Pondok Pesantren Darul Irfan kota Serang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi ke lokasi penelitian untuk mengetahui jumlah populasi, menyebarkan kuisioner (angket) terhadap objek penelitian dan studi pustaka.

1. Kuesioner (Angket) merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden yaitu santri Pondok Pesantren Darul Irfan kota Serang, setelah diisi kemudian dikembalikan lagi kepada petugas atau peneliti.⁴⁰ Bentuk-bentuk yang biasa dipakai diantaranya model skala likert yaitu: bentuk kuesioner yang mengungkap sikap dari responden dalam

³⁹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 19.

⁴⁰ Burhan Bugin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2006), 99.

bentuk jawaban (pernyataan) yang berupa Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (R), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Setiap jawaban tersebut memiliki skor sendiri sesuai dengan positif atau negatifnya item itu.⁴¹

Tabel 3.1
Pedoman Skala Likert

No.	Kriteria	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Studi pustaka dilakukan dengan mengadakan kegiatan pengumpulan bahan-bahan melalui buku bacaan, catatan kuliah, dan literatur lainnya yang perhubungan dengan topik penelitian. Tujuan penelitian kepustakaan ini adalah untuk memperoleh data teoritis untuk membangun landasan teori yang kuat untuk mendukung penelitian ini.

⁴¹ M. Subhan dan Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2009), 144.

F. Teknik Analisis Data

Metode analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melaksanakan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dimengerti oleh diri sendiri dan orang lain.⁴² Metode analisis ini dibantu dengan Program *Product Statistic and Service solution* (SPSS) versi 23.

Untuk dapat dianalisis besarnya pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada santri Pondok Pesantren Darul Irfan kota Serang maka dalam penelitian ini akan menggunakan pendekatan statistik sebagai berikut :

1. Uji Validasi

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan yang menunjukkan tingkat-tingkat

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 333.

kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.⁴³

2. Uji Reabilitas

Reabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan.⁴⁴

3. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi merupakan hubungan antar variabel, sedangkan yang dimaksud regresi sederhana yaitu hubungan antar satu variabel X dan satu variabel Y. Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak hubungan antar variabel (X dan Y) tersebut.

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk peramalan atau memprediksi apakah variabel dependen

⁴³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), 133.

⁴⁴ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi 4 (Jakarta: Erlangga, 2013), 72.

berdampak terhadap variabel independen. Bentuk regresi ini dapat dinyatakan dalam persamaan matematika atau disebut dengan persamaan regresi. Model atau persamaan regresi dapat dilukiskan dalam bentuk :

$$Y = a + bx$$

Dimana :

Y = Variabel tidak bebas (dependen)

X = Variabel bebas (independen)

a = Konstanta

b = Koefesiaen arah regresi

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear yang berbasis ordinary least square (OLS). Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji Heteroskendasitas, uji multikolienaritas, dan uji autokorelasi.⁴⁵ Adapun uji yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Uji Normalitas

⁴⁵ Haryadi Sarjono dan Wanda Julianita, *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi unuk Riset* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 53.

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data.⁴⁶ Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas kolmogorov-smirnov, dengan ketentuan jika nilai signifikansi lebih besar atau sama dengan $\alpha = 0,05$, maka data berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka data tersebut tidak terdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas.⁴⁷ Model regresi dikatakan baik apabila terjadi homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan uji park, dalam uji park jika nilai signifikansi menunjukkan lebih

⁴⁶ Haryadi Sarjono dan Wanda Julianita, *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*, 53.

⁴⁷ Haryadi Sarjono dan Wanda Julianita, *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*, 66.

besar dari $\alpha = 0,05$ menandakan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskendasitas

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu (disturbance term-ed) pada periode t dan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya)⁴⁸. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi.

5. Uji hipotesis

Uji t (secara parsial) dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.⁴⁹ Uji signifikansi secara parsial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.⁵⁰ Untuk mengetahui apakah

⁴⁸ Haryadi Sarjono dan Wanda Julianita, *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi unuk Riset*, 80.

⁴⁹ Anwar Hidayat, uji F dan uji T, [www.statistikian .com/2013/01/uji-fdan-uji-t.html?m=1](http://www.statistikian.com/2013/01/uji-fdan-uji-t.html?m=1) (diakses pada 13 oktober 2018).

⁵⁰ Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 138.

hipotesis ditolak atau diterima dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel sebagai berikut:

- a. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian
- b. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, H_0 diterima dan H_a ditolak, maka tidak terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian

6. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain.⁵¹ Analisis korelasi melihat seberapa erat hubungan antara variabel satu dengan lainnya.

7. Analisis Koefisien Dterminasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Variabel X terhadap variabel Y, maka digunakan koefisien determinasi yaitu suatu bilangan yang merupakan bentuk kuadrat dari koefisien korelasi.

⁵¹ Haryadi Sarjono dan Wanda Julianita, *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi unuk Riset*, 85.

G. Operasional Variabel Penelitian

Defenisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang membawa variasi yang menjadi titik perhatian suatu penelitian, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup objek penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

Variabel independen X (bebas) adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian. Penelitian akan dapat memprediksi ataupun menerangkan variabel dalam variabel independen beserta perubahan yang terjadi kemudian. Variabel independen X dalam penelitian ini adalah pengaruh label halal.

Variabel dependen Y (terikat) adalah Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi perubahan karena akibat adanya variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependen Y adalah keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada Santri Pondok Pesantren Darul Irfan kota Serang.

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Pondok Pesantren Darul Irfan kota Serang

Nama : Pondok Pesantren Darul Irfan kota
Serang

Alamat : Jl. Raya Jakarta KM.04 Pakupatan
Panancangan Cipocok Jaya kota
Serang-Banten

Telepon : 0254-283-439

2. Sejarah Pondok Pesantren

Pondok pesantren Darul Irfan berdiri pada tahun 1993 bersama dengan berdirinya yayasan Darul Irfan, yang pada saat itu dipimpin oleh KH. Tirmidzi Abduh selang beberapa tahun berlalu berdirilah lembaga pendidikan dan lembaga sosial lainnya dibawah naungan yayasan Darul Irfan, pada awal mula berdiri pondok pesantren Darul Irfan bangunannya hanya terdiri dari bilik-bilik bambu, hingga pada tahun

2000an barulah mengalami pembangunan menjadi bangunan semi permanen hingga sekarang. Umumnya santri di pondok tersebut adalah pelajar yang menuntut ilmu di sekolah formal di yayasan tersebut, serta mahasiswa yang kampusnya berjarak tidak terlalu jauh dengan pondok pesantren. Rutinitas kegiatan santri Darul Irfan sama seperti halnya pondok pesantren pada umumnya yaitu belajar kitab kuning dan ilmu agama islam serta memeriahkan hari besar islam. Setelah pendiri sekaligus pimpinan pondok Pesanten wafat, tonggak kepemimpinan dan kepengurusan di lanjutkan oleh putra putrinya, hingga saat ini pondok pesantren darul Irfan masih tetap eksis sebagai tempat untuk belajar ilmu agama islam.⁵²

3. Analisis Label Halal

Label halal adalah label yang dicantumkan pada kemasan pangan, obat dan kosmetika yang mengindikasikan bahwa suatu produk telah menjalani proses pemeriksaan kehalalan dan telah dinyatakan halal dan telah dijamin kehalalannya oleh lembaga yang berwenang yaitu MUI. Label

⁵² Euis kholisoh, "Tentang Yayasan Darul Irfan" diwawancarai oleh Fajar Ari Kusharyadi, Recording, Samsung, Serang, 14 Juni 2018.

halal sendiri terdapat berbagai bentuk dan motif yang berbeda-beda yang beredar di Indonesia diantaranya adalah seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 4.1
Macam-Macam Label Halal

Seperti pada gambar 4.1 dapat dilihat bahwa label halal terdapat beberapa macam namun di Indonesia hanya terdapat satu label yang diakui secara resmi oleh pemerintah yaitu label halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sedangkan yang lainnya adalah label halal yang tidak resmi dan tidak dijamin kehalalannya. Label halal MUI adalah satu-satunya label halal yang diakui secara

nasional dan diakui juga secara internasional sebagai label resmi yang dikeluarkan di Indonesia.



NO KODE: 00096789141217

Gambar 4.2
Label Halal Resmi MUI

Label halal resmi dari MUI mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Label halal berbentuk lingkaran, dengan tulisan Majelis Ulama Indonesia dengan tulisan latin dan tulisan arab yang ditulis secara melingkar, kemudian ditengahnya tertera kata “Halal” dalam tulisan latin dan arab yang ditulis secara horizontal. Sebenarnya bentuk lingkaran tersebut adalah logo lingkaran Majelis Ulama Indonesia

(MUI) dengan perbedaan label halal mempunyai keterangan halal ditengah lingkaran tersebut, logo ini sudah disepakati antara BPOM dan MUI.

Filosofi dari bentuk lingkaran tersebut adalah bahwa MUI adalah lembaga yang mewadahi para ulama, zu'ama, dan cendikiawan islam di Indonesia yang berkumpul untuk menentukan hukum dari suatu persoalan kemudian mengeluarkan fatwa berdasarkan hasil musyawara. Jadi untuk mementukan halalnya suatu perkara maka di lakukannya serangkaian uji kemudian dari hasil uji tersebut akan disidangkan dalam sidang fatwa.

- b. Warna dari label halal adalah putih dan hijau di tengahnya pemilihan warna tersebut karena warna putih dan hijau diidentikan dengan warna-warna Islam. Secara penggunaannya pada kemasan produk tidak ada aturan yang mengharuskan bahwa lebel halal yang tercantum harus berwarna sesuai dengan yang dikeluarkan MUI, akan tetapi dibolehkan menggunakan warna lain dengan tujuan agar mudah diselaraskan dengan kemasan produk

dan agar mudah terlihat. Oleh karena itu banyak di temukan label halal MUI dengan warna yang berbeda.



Gambar 4.3

Label Halal Resmi MUI dengan Beragam Warna

- c. Ukuran atau diameter lingkaran label halal. Pada dasarnya tidak ada aturan mengenai ukuran atau diameter label halal namun disesuaikan dengan ukuran kemasan produk samahalnya dengan warna pada label halal, ukuran dan diameter halal bersifat fleksibel dengan tujuan agar mudah terlihat pada kemasan.
- d. Letak label halal pada kemasan. Label halal harus mudah terlihat oleh konsumen oleh karena itu letaknyapun harus diluar kemasan dan tidak boleh berada di dalam kemasan.
- e. Kode. Pada label halal resmi terdapat kode sebanyak 14 digit angka yang berbeda-beda pada tiap produknya inilah hal yang paling penting untuk mengetahui dan

membedakan keaslian label halal. 14 digit angkat tersebut mengandung arti sebagai berikut:

Misal:

NO: 00096789141217

- 1) Dua angka pertama adalah kode wilayah LPPOM
- 2) Dua angka berikutnya adalah jenis produk
- 3) Lima angka berikutnya adalah nomor urut sertifikat
- 4) Empat angka terakhir adalah bulan dan tahun penerbitan sertifikat

Untuk lebih mengetahui lebih jelasnya suatu produk benar-benar telah menjalani uji kehalalan dan telah dinyatakan halal adalah dengan mengakses website www.halalmui.org.⁵³

Berdasarkan hasil analisis dan teori dari berbagai sumber yang di kumpulkan peneliti, maka dapat disimpulkan suatu teori sebagai landasan untuk menyusun kuesioner, dan ditampilkan pada tabel berikut ini.

⁵³ Rodani “ Tentang Label Halal” diwawancarai oleh Fajar Ari Kusharyadi, Recording, Samsung, Serang, 08 Januari 2019.

Tabel 4.1
Analisis Pernyataan Label Halal

Variabel	Indikator	Pernyataan
Label Halal (X)	Gambar	<ul style="list-style-type: none"> • Saya tahu gambar halal pada label halal. • Saya selalu memperhatikan ada tidaknya gambar label halal pada kemasan sebelum melakukan pembelian.
	Tulisan	<ul style="list-style-type: none"> • Tulisan “Halal” pada label halal terbaca dengan jelas. • Adanya tulisan “Halal” pada gambar label halal membantu saya dalam mengidentifikasi produk makanan kemasan sebelum melakukan pembelian.
	Kombinasi Gambar dan Tulisan	<ul style="list-style-type: none"> • Saya mengetahui gabungan gambar dan tulisan pada label halal. • Adanya “Label halal” menjadi pertimbangan saya dalam memilih produk makanan dalam kemasan sebelum melakukan pembelian.
	Menempel pada kemasan	<ul style="list-style-type: none"> • Saya mengetahui letak “Label halal” pada kemasan makanan. • Karena terdapat pada kemasan, “Label halal” membantu saya dalam memberi informasi dan keyakinan pada mutu produk.

Tabel 4.2
Analisis Pernyataan Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Pernyataan
Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Saya membeli produk makanan dalam kemasan karena sesuai dengan kebutuhan. • Saya membeli produk makanan dalam kemasan karena manfaatnya lebih praktis. • Saya menyadari kebutuhan akan produk makanan dalam kemasan yang berlabel halal.
	Pilihan Merek	<ul style="list-style-type: none"> • Saya selalu mempertimbangkan merek produk makanan dalam kemasan sebelum membelinya. • Citra merek pada produk makanan dalam kemasan berpengaruh besar dalam mengambil keputusan pembelian.
	Pilihan Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Saya selalu mempertimbangkan harga produk makanan dalam kemasan sebelum melakukan keputusan pembelian.
	Ketersediaan produk	<ul style="list-style-type: none"> • Produk makanan dalam kemasan yang berlabel halal mudah didapatkan. • Saya akan melakukan pembelian pada makanan dalam kemasan yang berlabel halal.

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskripsi Responden

Dengan menggunakan analisis persentase dari kuesioner yang dibagikan kepada 36 responden sebagai sampel, maka data yang diperoleh dapat digunakan untuk menentukan gambaran konsumen. Karakteristik responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini adalah santri mahasiswa di Pondok Pesantren Darul Irfan kota Serang. Penulis mengambil 36 responden dari keseluruhan jumlah populasi untuk di jadikan sampel.

Tabel 4.3
Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Pria	10
2	Wanita	26
Jumlah		36

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 10 orang, dan responden dengan jenis kelamin wanita sebanyak 26 orang. Jadi sebagian besar santri pondok pesantren Darul Irfan kota Serang adalah perempuan.

b. Universitas

Santri Pondok Pesantren Darul Irfan yang menjadi responden adalah santri mahasiswa dari beberapa Universitas di antaranya:

Tabel 4.4
Kriteria Responden Berdasarkan Universitas

No	Universitas	Jumlah
1	Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten	5
3	Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa	31
Jumlah		36

Berdasarkan pada tabel 4.2 diatas, dapat diketahui kriteria responden santri Pondok Pesantren Darul Irfan kota Serang adalah seluruh santri mahasiswa dari yaitu

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten sebanyak 5 orang, dan dari Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa sebanyak 31 orang

c. Data Responden

Langkah selanjutnya setelah melakukan penyebaran angket adalah melakukan pengolahan data agar data bisa disajikan sebagai informasi dalam bentuk tabel dan angket. Untuk menguji data dan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara label halal terhadap keputusan pembelian pada santri Pondok Pesantren Darul Irfan kota Serang, setelah dilakukan pengumpulan dan melalui penyebaran angket kepada seluruh santri mahasiswa sebagai responden, penulis menggunakan bantuan *software IBM SPSS 23.0*

Adapun jumlah data Variabel X dan Y dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Variabel X dan Y

Responden	Label Halal X	Keputusan Pembelian Y
1	26	30
2	32	32
3	32	37
4	28	31
5	36	35
6	34	34
7	40	40
8	35	35
9	31	34
10	31	36
11	30	31
12	30	31
13	32	33
14	34	30
15	35	32
16	29	31
17	28	27
18	30	29
19	29	29
20	34	28
21	32	33
22	32	28
23	28	29
24	31	28
25	34	29
26	30	27
27	34	29

28	29	30
29	32	28
30	35	38
31	40	36
32	34	36
33	28	30
34	26	27
35	32	30
36	34	36

2. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui validitas setiap instrumen sehingga item tersebut layak untuk penelitian. Ketentuan untuk valid atau tidaknya suatu item bila r hitung setiap faktor positif dan besarnya sama atau lebih besar r tabel dari 0,329 maka hal itu memberikan petunjuk bahwa setiap item memiliki validitas.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Pengaruh Label Halal

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,427	0,329	Valid
2	0,599	0,329	Valid
3	0,699	0,329	Valid

4	0,733	0,329	Valid
5	0,542	0,329	Valid
6	0,689	0,329	Valid
7	0,471	0,329	Valid
8	0,474	0,329	Valid

Berdasarkan data di atas, menunjukkan hasil pengujian validitas variabel label halal (X) diketahui bahwa semua item pernyataan menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,329) pada tingkat signifikan 0,05 dari jumlah sampel yang digunakan sebanyak 36 responden. Artinya bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dapat dikatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,436	0,329	Valid
2	0,489	0,329	Valid
3	0,600	0,329	Valid
4	0,731	0,329	Valid
5	0,694	0,329	Valid
6	0,493	0,329	Valid
7	0,573	0,329	Valid
8	0,526	0,329	Valid

Berdasarkan data di atas, menunjukkan hasil pengujian validitas variabel keputusan pembelian (Y) diketahui bahwa semua item pernyataan menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,329) pada tingkat signifikansi 0,05 dari jumlah sampel yang digunakan sebanyak 36 responden. Artinya bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah alat pengumpul data yang sudah valid menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi agar adanya kepercayaan terhadap suatu instrument. Suatu instrument dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil dari pengujian instrument itu menunjukkan hasil yang tetap.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Pengaruh Label Halal dan
Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,702	8

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,709	8

Hasil dari *Cronbach's Alpha* adalah 0,702 untuk pengaruh label halal dan 0,709 untuk keputusan pembelian, lebih besar dari r_{tabel} 0,329 dan juga lebih besar dari 0,60 maka dapat dikatakan reliable karena kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliable apabila koefisien reliabilitas $>0,60$

c. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan

variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan

Tabel 4.9
Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,594	4,492		2,358	,024
	Label Halal	,661	,140	,628	4,709	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa model regresi dalam penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat disimpulkan persamaan regresi penelitian ini adalah

:

$$Y = a + bX \text{ atau } Y = 10,594 + 0,661X.$$

2. Konstanta sebesar 10,594 artinya bahwa jika label halal (X) nilainya adalah nol, maka nilai keputusan pembelian oleh santri pondok pesantren Darul Irfan kota Serang (Y) adalah 10,594.

3. Koefisien regresi variabel label halal (X) sebesar 0,661 artinya jika variabel mengalami kenaikan 1 point maka keputusan pembelian oleh santri pondok pesantren Darul Irfan kota Serang (Y) akan bertambah sebesar 0,661

d. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Uji Normalitas yang digunakan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*

Tabel 4.10
Hasil Uji One Sampel Kolmogorov
Smirnov

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,69597526
Most Extreme Differences	Absolute	,093
	Positive	,093
	Negative	-,093
Test Statistic		,093
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov menghasilkan nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, dengan demikian nilai dari setiap variabel terdistribusi normal sehingga model penelitian telah dinyatakan telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah data mengalami heteroskedastisitas atau tidak. Uji heteroskedastisitas yang dipergunakan adalah uji Park. Penentuan ada atau tidaknya masalah heteroskedastisitas ditentukan berdasarkan taraf signifikansi hasil hitung. Jika taraf signifikansi diatas $0,05$ maka data diinterpretasikan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, dan Jika taraf signifikansi hasil hitung dibawah $0,05$ maka diinterpretasikan bahwa data terjadi masalah heteroskedastisitas

Tabel 4.11
Hasil Uji Park

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4,458	3,010		-1,481	,148
	X	,169	,094	,295	1,801	,081

a. Dependent Variable: LnRES_2

Dari tabel 4.9 terlihat bahwa angka signifikansi 0,081 diatas 5% atau 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa $0,081 > 0,05$ yang artinya model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

3. Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1

(sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Uji autokorelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Durbin Watson* (DW Test).

Berdasarkan pengujian uji autokorelasi dengan SPSS didapatkan *output* sebagai berikut:

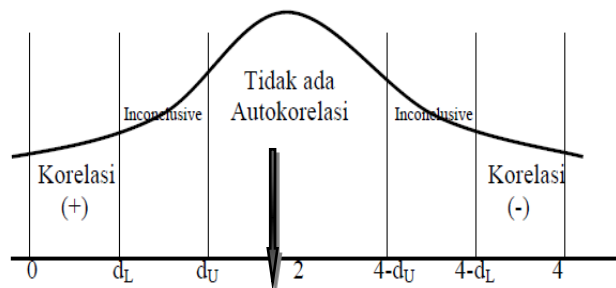
Tabel 4.12
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,628 ^a	,395	,377	2,735	1,556

a. Predictors: (Constant), Label Halal

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



1,411	1,525	1,556	2,475	2,589
-------	-------	-------	-------	-------

Berdasarkan hasil uji autokorelasi, nilai DW yang dihasilkan adalah 1,556, sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah (n) = 36, serta K = 1 (jumlah variabel independen) diperoleh nilai dL sebesar 1,411 dan dU sebesar 1,525. berdasarkan pedoman uji statistik *Durbin Watson*, maka dapat dilihat bahwa nilai DW_{hitung} terletak diantara ($dU < dw < 4-dU$), yaitu sebesar $1,525 < 1,556 < 2,475$. Maka dapat disimpulkan model yang digunakan dalam penelitian tidak terdapat autokorelasi.

e. Uji Hipotesis

Uji memastikan apakah data signifikan atau tidak, maka di perlukan uji hipotesis untuk membuktikan dengan membandungkan t_{hitung} dan t_{tabel} sebagai berikut:

Tabel 4.13
Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,594	4,492		2,358	,024
X	,661	,140	,628	4,709	,000

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel 4.12 menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,709 sedangkan nilai t tabel didapat dari tabel distribusi t dicari pada signifikansi $5\% = 0,05$ (uji dua sisi) derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $36-1-1=34$ maka didapat t tabel sebesar 2,032. Oleh karena nilai t hitung $>$ t tabel = $4,709 > 2,032$ dengan taraf signifikansi 0,00 karena nilai signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

f. Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi menunjukkan kemampuan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Angka koefisien korelasi yang dihasilkan dalam uji ini berguna untuk menunjukkan kuat lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan penaksiran besarnya korelasi yang digunakan adalah:

Tabel 4.14
Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Berikut hasil uji analisis koefisien korelasi yang diolah menggunakan *SPSS* akan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Analisis Koefisien Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,628 ^a	,395	,377	2,735	1,556

a. Predictors: (Constant), Label Halal

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh (R) koefisien korelasi sebesar 0,628 terletak pada interval koefisien 0,60 – 0,799 yang berarti tingkat hubungan antara pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian adalah Kuat.

g. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Variabel X terhadap variabel Y, maka digunakan koefisien determinasi yaitu suatu bilangan yang merupakan bentuk kuadrat dari koefisien korelasi. berdasarkan hasil pengolahan SPSS maka diperoleh nilai hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,628 ^a	,395	,377	2,735	1,556

a. Predictors: (Constant), Label Halal

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.15 Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,395. Hal ini berarti variabel label halal dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 39,5% saja, Sedangkan sisanya yaitu sebesar $100\% - 39,5\% = 60,5\%$ di pengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian.

3. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan hasil yang cukup memuaskan. Hasil data yang telah dianalisis menunjukkan bahwa t hitung sebesar $4,709 >$ dari t tabel $2,032$, dan angka koefisien determinasi yang dilakukan pada uji determinasi diperoleh nilai r square sebesar $0,395$ yang artinya menunjukkan bahwa label halal dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada santri pondok pesantren Darul Irfan yaitu sebesar $39,5\%$.

Sedangkan sisanya yaitu sebesar 60,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti, promosi, merek, harga dan lain sebagainya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi Kurnia Sari dan Ilya Sudaradjat pada jurnal yang berjudul “Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatra Utara.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor. Namun, bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Anita Rizkiyyah (2014) skripsi yang berjudul *“Pengaruh Labelisasi Halal Produk Obat Terhadap keputusan Konsumen (Studi di Apotek Gama Balaraja Tangerang).”* Bahwa penelitian ini memiliki t hitung $1.217 < 1.667$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti labelisasi halal obat tidak berpengaruh

terhadap keputusan membeli konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang membeli obat di apotek gema tidak melihat apakah obat yang mereka konsumsi itu halal atau tidak. Akan tetapi mereka hanya melihat dari khasiat obat tersebut dan tanpa melihat labelisasi halal pada obat.

Label halal pada kemasan produk makanan sejatinya memberikan informasi bahwa produk makanan tersebut adalah produk yang halal karena telah melewati proses uji kehalalan oleh badan yang berwenang yaitu BPJPH beserta MU. Label halal memberi kemudahan bagi para konsumen muslim yaitu santri pondok pesantren Darul Irfan dengan adanya label halal pada kemasan para santri tidak perlu merasa ragu-ragu untuk membeli produk makanan dalam kemasan.

Salah satu teori yang mendukung hasil penelitian ini adalah teori yang menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, faktor budaya, sosial, dan klub-klub sangat berperan dilingkungan pondok pesantren. Pada saat seseorang memasuki lingkungan pondok

pesantren akan mendapat suatu budaya baru dan teman-teman yang berbeda dari lingkungan lainnya, sehingga akan muncul pola pikir yang lebih religius, dikarenakan lingkungan yang sangat mendukung sehingga kesadaran akan apa yang mereka kerjakan tidak semata-mata untuk dunia tapi juga untuk akhirat. Melalui ilmu-ilmu kajian yang diperoleh di pondok pesantren santri akan menjadi lebih sadar dan memahami tentang keharaman dan kehalalan.

4. Pandangan Ekonomi Islam terhadap Label Halal

Jaminan kepastian halal suatu makanan atau produk, eksistensinya terlihat dalam bentuk sertifikat halal dan label halal pada kemasan produknya, dengan kata lain, untuk mengetahui informasi halal-haram atas produk dapat diketahui melalui penggunaan label. Tanpa label (tanda) masyarakat sulit memastikan bahan mentah, komposisi dan proses yang dilalui produk makanan. Nura Mayasari mengatakan cara yang paling mudah dilakukan untuk memilih produk halal ialah dengan melihat ada tidaknya label halal pada bungkusannya. Pengusaha mesti terlebih dahulu

mendapat sertifikat halal, baru kemudian berhak mencantumkan label halal. Noriah Ramli mengatakan penggunaan label halal atas produk berfungsi sebagai satu mekanisme yang mengawal dan membantu konsumen untuk memastikan bahwa makanan tersebut telah mendapat legalisasi dari lembaga yang berwenang.

Dalam mekanisme sistem pasar bebas, label dapat digunakan sebagai alat untuk merangsang pangsa pasar. Tim Kerja Perencanaan Pembangunan Hukum Nasional tentang Teknologi Pengolahan Produk Halal mencatat dalam sistem perdagangan dunia saat ini, sertifikat halal dan label halal produk telah mendapat perhatian besar, karena dapat melindungi umat Islam. Perspektif ekonomi menghendaki perlunya dibuat mekanisme sistem jaminan produk halal yang ekonomis, cepat dengan biaya rendah untuk sertifikasi halal. Sistem jaminan halal juga mencerminkan adanya pengawasan dan pengendalian produk halal oleh Pemerintah. Di tingkat internal produsen, pengendalian produk halal memerlukan perangkat, setidaknya ada halal insurance sistem yang

mengharuskan adanya tim halal dalam perusahaan untuk menjamin kehalalan produknya.

Produk berlabel halal mempunyai potensi dan manfaat secara ekonomi. Dari sudut pandang ekonomi penggunaan sertifikat halal dan label halal memberi kemanfaatan ekonomi kepada pelaku usaha, konsumen dan pemerintah. Biaya yang dikeluarkan juga tidak membebani dan tidak merugikan pelaku usaha. Pelaku usaha pun memperoleh kelebihan (nilai kompetitif) dari hasil penjualan yang di pasarkan. Bahkan peluang pangsa pasarnya jauh lebih baik, dan lebih terbuka luas (access to market). Sebab itu, dinyatakan bahwa produk berlabel halal merupakan syarat penting untuk kemajuan pelaku usaha dari produk domestik di Indonesia. Adanya produk yang telah berlabel halal, bermakna bahwa produk dalam negeri dapat bersaing atau berkompetisi dengan produk negara lain, baik di dalam maupun di luar negeri.

Pada era perdagangan bebas, seperti AFTA telah menggunakan ketentuan halal dalam CODEX (Codex Alimentarius Commission/CAC). Kini, masalah produk

berlabel halal, tidak saja menjadi perhatian umat Islam di dalam negeri, namun sudah masuk kepada sistem perdagangan dunia. Adapun alasan utama produk halal diminati para konsumen cukup beragam. Misalnya, Pertama, aspek halal dan thayyib adalah aspek yang selalu diperhatikan konsumen Muslim. Kedua, minat masyarakat bukan Muslim untuk menggunakan produk berlabel halal juga cukup tinggi. Ketiga, meningkatnya pendapatan masyarakat secara tidak langsung akan meningkatkan kemampuan beli masyarakat.

Menurut M. Irvan produk berlabel halal dapat pula mendorong pertumbuhan ekonomi, karena dapat meningkatkan daya saing produk di pemasaran. Selain itu, ilmu pengetahuan dan teknologi dapat berkembang lebih pesat. Penggunaan teknologi menuntut agar berbagai pihak dalam pengelolaan produk halal senantiasa mengikuti ilmu pengetahuan dan teknologi. Seterusnya secara kuantitatif, konsumen Muslim adalah mayoritas di Indonesia.

Jadi, Indonesia mempunyai potensi pangsa pasar yang cukup besar atas produk berlabel halal.⁵⁴

⁵⁴ Farid wajdi, Ferspektif Ekonomi Label Halal <http://farid-wajdi.com/detailpost/perspektif-ekonomi-label-halal> (di akses 01 Januari 2019)

BAB V

PENUTUP

Sebagai akhir dari penulisan skripsi yang berupa laporan penelitian ini, dalam bab ini disampaikan beberapa kesimpulan dan saran yang relevan dengan analisis data yang telah dilakukan.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan yang telah dikemukakan dapat ditarik kesimpulan dari hasil analisis data. Adapun kesimpulan yang relevan dengan hasil analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada santri pondok pesantren Darul Irfan kota Serang yaitu sebesar 0,395 atau 39,5%, Sedangkan sisanya yaitu sebesar $100\% - 39,5\% = 60,5\%$ di pengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian.

2. Pandangan ekonomi islam terhadap label halal adalah sangat setuju dan mendukung tentang label halal karena dengan adanya label halal dapat menghilangkan keraguan pada konsumen muslim khususnya terhadap produk yang akan dikonsumsi, terlebih lagi produk yang berlabel halal mempunyai potensi meningkatkan daya saing di pasaran dan manfaat secara ekonomi. Dari sudut pandang ekonomi penggunaan label halal memberi kemanfaatan ekonomi kepada pelaku usaha, konsumen dan pemerintah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka penulis memberikan beberapa saran antara lain:

1. Bagi seluruh produsen makanan dalam kemasan diwajibkan untuk mendaftarkan produknya kepada BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal), agar mendapatkan sertifikat halal sebagai izin pencantuman label halal, selain karena hal tersebut merupakan peraturan yang termuat dalam UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, juga sebagai suatu nilai tambah terhadap produk makanan

tersebut, karena makanan berlabel halal akan mudah diterima semua kalangan konsumen di Indonesia.

2. Bagi santri pondok pesantren Darul Irfan dan konsumen lainnya agar selalu memperhatikan label halal pada setiap kemasan produk makanan atau produk lainnya, karena produk yang berlabel halal telah dijamin kehalalannya dan aman untuk dikonsumsi, dan juga mengonsumsi makanan yang jelas kehalalannya merupakan suatu ajaran dalam Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Burchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.
- Basu Swasla dan T Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa dan perilaku konsumen*, Yogyakarta: BPF, 2000.
- Burhan, Bugin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana 2006.
- Hakim, Abdul, *Statistika Deskriptif Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Ekonisia, 2001.
- Hasan, Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Kotler P, dan Keller, *Manajemen Pemasaran, Cet ke 4 Edisi 12 Jilid 1*, Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2009.
- Kuncoro, Mudrajat, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 4*, Jogjakarta: Erlangga, 2013.
- Nitisusastro, Mulyadi, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewarusaahaan*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Qardhawi, M.Yusuf, *Halal dan Haram dalam Islam*, Solo: Era Intermedia, 2003.
- Ritonga, A. Rahman, *Ensiklopedi hukum islam cetakan kelima* Jakarta: PT Ichtiar Van Hoeve, 2001.

- Sanusi, Anwar, *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Sarjono, Haryadi dan Wanda Julianita, *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi unuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Somad dan Priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisinis Berorientasi Pelanggan*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Subhan M, dan Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, Bandung:Pustaka Setia, 2009
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*, Edisi kedua cet ke 1, Bogor: Ghaila Indonesia, 2011
- Sunyoto, Danang, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi Dan Kasus*, Yogyakarta: CAPS, 2012.
- Tim Puataka Phoniex, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Edisi Baru Cetakan ke-6*, Jakarta: PT Media Pustaka Phoenix, 2012.

Skripsi dan Jurnal

- Anita Rizkiyyah, *Pengaruh Labelisasi Halal Produk Obat Terhadap keputusan Konsumen Studi di Apotek Gama Balaraja Tangerang*, Serang: Institut Agama Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudddin Banten, 2014

AI Fitriani, *Pengaruh Atribut Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi di toko Bajay Jaya Motor Pajangan Kab. Lebak*, Serang: Institut Agama Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2017

Vivi Rahmawati, *Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang*.

Sari, Dewi Kurnia dan Ilya Sudaradjat, *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatra Utara*.

Website

Badan Pusat Statistik, <http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321> (di akses 21 Februari 2017)

Kasus Mi Samyang, <https://nasional.kompas/read/2017/06/19/12042841/mui.Minta.polisi.usut.kasus.mi.samyang.mengandung.babi> (diakses pada 20 Desember 2017 pukul 19:20)

Makanan Haram – Jenis dan Golongannya, <https://dalamislam.com/makanan-dan-minuman/makanan-haram/> (diakses pada 28 Juli 2018 pada pukul 20:05 WIB)

Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, <http://jdih.pom.go.id/showpdf> (diunduh pada 21 Februari 2018 pukul 21:12)

Sertifiat Halal, http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_selection/55/1360/ page/1 (diakses pada 21 Februari 2018 pukul 20:29)

Tafsir Ibnu Katsir Surat Al-Baqarah ayat 168, <https://alquran-mulia.wordpress.com/2015/04/06/tafsir-ibnu-katsir-surat-al-baqarah-ayat-168-169/> (diakses pada sabtu 28 Juli 2018 pukul 19:19 WIB).

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk halal Pangan, <http://www.dpr.go.id/dokjdih/dokumen/uu/1615.fdf>, (diunduh pada 11 Juli 2017 pukul 23:09).

Uji F dan uji T, [www.statistikian .com/2013/01/uji-fdan-uji-t.html?m=1](http://www.statistikian.com/2013/01/uji-fdan-uji-t.html?m=1) (diakses pada 13 oktober 2018).

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan pada Santri Pondok Pesantren Darul Irfan Kota Serang

Kepada Yth.

Santri Pondok Pesantren Darul Irfan

di Kota Serang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Salam silaturahmi saya ucapka/n kepada santri pondok pesantren Darul Irfan. Nama saya Fajar Ari kusharyadi dalam rangka penelitian untuk penyelesaian tugas akhir (skripsi) yang sedang saya lakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Salah satu cara mendapatkan data pada penelitian adalah dengan menyebarkan kuesioner pada reponden. Adapun judul penelitian ini adalah "*Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan pada Santri Pondok Pesantren Darul Irfan*". Oleh karena itu, dimohon kesediaan pada para santri khususnya santri mahasiswa untuk mengisi kuesioner ini secara lengkap dan jujur.

Semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan digunakan untuk kepentingan penelitian semata.

demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Wassaiamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat saya

Fajar Ari Kusharyadi

NIM. 131401333

a. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis kelamin :

Universitas :

b. Petunjuk pengisian

Berilah tanda ceklis pada kolom yang sesuai dengan persepsi Saudara/i mengenai pernyataan tersebut.

Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju,

S : Setuju,

N : Netral,

TS : Tidak Setuju,

STS : Sangat Tidak Setuju,

1. Label Halal

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya tahu gambar halal pada label halal.					
2	Saya selalu memperhatikan ada tidaknya gambar label halal pada kemasan sebelum melakukan pembelian.					
3	Tulisan "Halal" pada label halal terbaca dengan jelas.					
4	Adanya tulisan "Halal" pada gambar label halal membantu saya dalam mengidentifikasi produk makanan kemasan sebelum melakukan pembelian.					
5	Saya mengetahui gabungan gambar dan tulisan pada label halal.					
6	Adanya "Label halal" menjadi pertimbangan saya dalam memilih produk makanan dalam kemasan sebelum melakukan pembelian.					
7	Saya mengetahui letak "Label halal" pada kemasan makanan.					
8	Karena terdapat pada kemasan, "Label halal" membantu saya dalam memberi informasi dan keyakinan pada mutu produk.					

2. Keputusan pembelian

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya membeli produk makanan dalam kemasan karena sesuai dengan kebutuhan.					
2	Saya membeli produk makanan dalam kemasan karena manfaatnya lebih praktis.					
3	Saya selalu mempertimbangkan merek produk makanan dalam kemasan sebelum membelinya.					
4	Citra merek pada produk makanan dalam kemasan berpengaruh besar dalam mengambil keputusan pembelian.					
5	Saya selalu mempertimbangkan harga produk makanan dalam kemasan sebelum melakukan keputusan pembelian.					
6	Saya menyadari kebutuhan akan produk makanan dalam kemasan yang berlabel halal.					
7	Produk makanan dalam kemasan yang berlabel halal mudah didapatkan.					
8	Saya akan melakukan pembelian pada makanan dalam kemasan yang berlabel halal.					

Pernyataan																			
Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Total	X	Y
1	5	3	3	2	2	2	5	4	5	4	4	4	2	4	2	5	56	26	30
2	5	4	3	4	4	5	2	5	4	3	4	4	4	5	4	4	64	32	32
3	5	4	3	4	2	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	69	32	37
4	4	3	2	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	59	28	31
5	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	71	36	35
6	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	68	34	34
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	40	40
8	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	5	5	70	35	35
9	5	3	3	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	65	31	34
10	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	67	31	36
11	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	5	3	5	61	30	31
12	5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	5	4	5	61	30	31
13	5	4	3	4	4	5	3	4	5	5	3	3	3	5	4	5	65	32	33
14	5	5	3	5	4	5	3	4	5	4	3	3	3	4	3	5	64	34	30
15	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	3	3	4	5	3	5	67	35	32
16	5	4	3	3	4	4	2	4	4	4	5	2	4	4	3	5	60	29	31
17	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	2	2	3	4	4	4	55	28	27
18	5	4	3	4	4	3	3	4	5	4	3	2	2	4	5	4	59	30	29
19	5	4	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	4	3	4	58	29	29
20	5	4	4	5	4	3	5	4	5	4	3	3	2	3	4	4	62	34	28
21	5	5	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	4	65	32	33
22	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	60	32	28
23	4	4	3	4	4	3	2	4	5	5	2	2	2	5	4	4	57	28	29
24	5	4	3	4	4	5	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	59	31	28
25	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	5	63	34	29
26	5	5	3	4	4	3	2	4	3	4	3	3	3	4	3	4	57	30	27
27	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	63	34	29
28	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	5	3	4	59	29	30
29	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	60	32	28
30	5	3	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	73	35	38
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	76	40	36
32	5	5	4	5	3	5	3	4	5	4	5	5	5	4	3	5	70	34	36
33	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	5	58	28	30
34	4	3	3	3	3	3	2	5	4	3	3	2	5	4	3	3	53	26	27
35	5	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	3	3	5	3	5	62	32	30
36	5	4	2	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	70	34	36
Total	173	145	123	149	136	145	121	155	157	150	127	123	130	157	135	160	2286	1147	1139

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49048	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Diproduksi oleh: Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>), 2010

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung.

**Tabel d (Durbin-Watson)
Pada taraf signifikansi 0,05**

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859

Sumber: <http://www.stanford.edu>

Keterangan:

n = Jumlah data

k1 = Jumlah variabel independen