SKRIPSI

PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET PERUMNAS PAREPARE



OLEH

HARNITA
18.2400.073

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI PAREPARE

2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET PERUMNAS PAREPARE



OLEH

HARNITA
18.2400.073

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Ekonomi syariahIslam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI PAREPARE

2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET PERUMNAS PAREPARE

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH:

HARNITA
18.2400.073

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI PAREPARE

2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi	:	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Perumnas Parepare
Nama Mahasiswa	:	Harnita
NIM	:	18.2400.073
Fakultas	:	Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing	:	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam B. 4552/In.39.8/PP.00.9/11/2021

Disetujui oleh:

Pembimbing Utama	: Dr.Muzdalifah Muhammadun M.Ag	(.....)
NIP	: 19710208 200112 2 002	
Pembimbing Pendamping	: Rusnaena, M.Ag	(.....)
NIP	: 19680205 200112 2 002	

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Muzdalifah Muhammadun M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi	:	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Perumnas Parepare
Nama Mahasiswa	:	Harnita
NIM	:	18.2400.073
Fakultas	:	Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing	:	SK.Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Nomor B. 4552/In.39.8/PP.00.9/11/2021
Tanggal Kelulusan	:	Selasa, 30 Juli 2024

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Muzdalifah Muhammadun M.Ag	(Ketua)	(.....)
Rusnaena, M.Ag	(Sekertaris)	(.....)
Dr. Syahriyah Semaun, SE., M.M	(Anggota)	(.....)
Dra. Rukiah, M.H	(Anggota)	(.....)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Muzdalifah Muhammadun M.Ag.
NIP 19710208 200112 2 002

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

a. Transliterasi

1. **Konsonan**

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun.Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda(‘).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokala bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoflong dan vokal rabgkap atau diflong.

Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dhomma	U	U

Vokal rangkap (diftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf,transliterasinyaberupagabunganhuruf,yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَْ	Fathah dan	Ai	a dan i

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

	Ya		
نَوْ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : Kaifa

حَوْلَ : Haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـَا / ـَي	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ـِيْ	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
ـُو	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Contoh :

مات :māta

رمى : ramā

قيل : qīla

يموت : yamūtu

4. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

a. *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].

b. *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (*h*).

Contoh :

رَوْضَةُ الجَنَّةِ : *rauḍah al-jannah atau rauḍatul jannah*

اَلْمَدِيْنَةُ الْفَاضِيْلَةِ : *al-madīnah al-fāḍilah atau al-madīnatul fāḍilah*

اَلْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. *Syaddah* (*Tasydid*)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا :*Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

اَلْحَقُّ : *al-haqq*

اَلْحَجُّ : *al-hajj*

نُعْمَ : *nu‘‘ima*

عَدُوٌّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ـِيّ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ :‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

اَلْشَمْسُ : *al-syamsu (bukan asy- syamsu)*

اَلزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah (bukan az-zalzalah)*

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

اَلْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُوْنَ : *ta’murūna*

النَّوْءُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : *syai’un*

أُمِرْتُ : *Umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia,

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī ẓilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

8. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِيْنُ اللهِ *Dīnullah* باالله *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِيْ رَحْمَةِ اللهِ *Hum fī rahmatillāh*

9. Huruf Kapital

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu (*anak dari*)* dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd (bukan:Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū)

9. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	*subḥānahū wa ta'āla*
saw.	=	*ṣallallāhu 'alaihi wa sallam*
a.s.	=	*'alaihi al- sallām*
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS …/…: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/ …, ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam bahasa Indonesia kata "editor" berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. : "Dan lain-lain" atau "dan kawan-kawan" (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. ("dan kawan-kawan") yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KATA PENGANTAR

بِسْـــــــــــــمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

اَلْحَمْدُ ِللهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ، وَالصَّلاَةُ وَالسَّلاَمُ عَلَى أَشْرَفِ اْلأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى اَلِهِ وَاَصْحَبِهِ أَجْمَعِيْنَ

أَمَّا بَعْدُ

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah swt. berkat hidayah, taufik dan karunian-Nya berupa kekuatan dan kesehatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar "Sarjana Ekonomi " pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, dapat diselesaikan.

Peneliti menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua peneliti yaitu Ibunda Yani dan Ayahanda La baba yang senantiasa ada disaat suka maupun duka yang selalu menemani dan memberikan doa dalam setiap sujudnya,sehingga peneliti mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik dengan tepat waktu.

Selanjutnya, peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada Pembimbing

1. Bapak Dr. Hannani, M.g. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras untuk memajukan dan mengelola IAIN Parepare.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Bapak Dr. Muzdalifah Muhammadun M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdiannya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun M.Ag dan ibu Rusnaena M.Ag selaku pembimbing peneliti. Peneliti mengucapakan banyak terima kasih karena telah menjadi orang tua bagi peneliti selama mengenyam pendidikan di dunia perkuliahan.
4. Ibu Umaima, M.E.I selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah(EKS) atas segala pengabdian dan bimbingannya bagi mahasiswa baik dalam kegiatan perkuliahan maupun di luar daripada perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengajari dan membagi ilmu kepada peneliti selama masa perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan staf administrasi yang telah melayani dengan baik.
6. Kepala Perustakaan IAIN Parepare beserta staf yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan Skripsi ini.
7. Staf administrasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

8. Teristimewa untuk teman-teman seangkatan dan seperjuangan EKS 2018 yang telah memberi bantuan, dukungan, serta saran kepada penulis dalam menyelesaikan maha karya skripsi ini.

Tidak lupa pula peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, olehnya itu diharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan penelitian ini. Pada akhirnya peneliti berharap semoga hasil penelitian ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya untuk prodi Sejarah Ekonomi Syariah (EKS)

Parepare,01Februari 2023M

Penulis,



Harnita
Nim: 18.2400.073

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Harnita

NIM : 18.2400.073

Tempat/Tgl Lahir : Parepare, 31 Januari 2000

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Perumnas Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 1 Februari 2023M

Penulis,

Harnita
Nim: 18.2400.07

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Abstrak

Harnita.*Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Perumnas Parepare (Muzdalifah Muhammadun, Rusnaena)*

label halal dalam dalam setiap karangan mengenai pangan yang berbentuk gambar tulisan kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang di sertakan pada pangan di masukkan Maka dari itu kehalalan suatu produk sangatlah penting. Fakta bahawa Sebagian produk makanan ringan yang beredar di pasaran di sinyalir tidak jelas kehalalannya. Maka dari kehalal suatu produk sangat penting Sebagian terutama umat yang beragama islam, baik itu makanan, obata-obatan maupun barang-barang komsumsi lainnya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian di indomaret perumnas. Populasi dalam penelitiani ini adalah komsumen yang sudah melakukan pembelin di Indomaret Perumnas Parepare yang di ambil sebanyak 50 responden untuk dijadikan sampel. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif..

Metode penelitian yang di gukan adalah kuantitatif dengan metode survei dan angket. Penelitian menggunakan penelitian asosiatif untuk mengetahui pengaruh atau perdalam hubungan antara dua variabel. Memggunkan persamaan regresi linear sederhana. Dengan jenis penelitian lapangan (file reseatch) yaitu penelitian di kanca atau medan terjadinya gejala. di mana perhitungannya menggunakan spss 25 for windows version..

Hasil penelitian diperoleh uji hipotesis bahwa labelisasi halal berpengaruh secara positf dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Indomrat Perumnas Parepare. Hasil uji regresi linear sederhana dengan hasil nilai sifgnifikan (sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari propablitas 0,05. Hasil uji korelasi pearson product moment menunjukkan adanya hubungan antara variabel labelisasi halal terhadap Keputusan pembelian, hal ini di buktikan dari hasil uji yang menyatakan nilai korelasi antara labelisasi halal terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Perumnas Parepare adalah positif 0,756**besaran angka korelasi yang dapat di hasilkan uji menunjukkan bahwa korelasi kedua variabel kuat, yang menunjukkan adanya hubungan antara variabel labelisasi halal(X) dengan variabel Keputusan pembelian (Y). Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan pembelian produk di Indomaret Perumnas Parepare sangat memperhatikan labelisasi halal

Kata kunci: Pengaruh, Keputusan Pembelian, Labelisai halal

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Daftar isi

SAMPUL.....i

HALAMAN JUDUL.....ii

KOMISI PERSETUJUAN PEMBIMBING.....**Error! Bookmark not defined.**

KOMISI PERSETUJUAN PENGUJI.....iv

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....Error! Bookmark not defined.

KATA PENGANTAR.....xvi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....xix

Abstrak.....xx

Daftar isi.....xxi

BAB I PENDAHULUAN.....1

B. Batasan Penlitian.....4

C. Rumusan Masalah.....4

D. Tujuan Penlitian.....5

E. Manfaat Penelitian.....5

BAB II LANDASAN TEORI.....7

A. Penelitian Relevan.....7

A. Label Halal.....11

1. Pengertian Label.....11

2. Pengertian Halal.....12

3. Pengertian Labelisasi Halal.....13

4. Dasar Hukum Makanan dan Minuman Halal.....14

5. Sertifikasi Halal.....18

6. Kualitas Produk.....19

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

7. Harga.....20
1. Pengertian keputusan pembelian.....21
2. Dasar Pengambilan Keputusan.....23
3. Proses Pengambilan keputusan.....23
4. Model Perilaku Komsumen Dalam Pengambilan Keputusan.....25
6. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Komsumen.....27
C. Karangka Pikir.....28
D. Hipotesis Penelitian.....29
BAB III METODE PENELITIAN.....30
A. Jenis Penlitian.....30
C. Data dan Sumber data.....31
E. Teknik Pengumpulan Data.....33
G. Teknik Analisis Data.....38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....44
A. Teknik Analisis Data.....44
Dskriptif Asosiatif.....44
a. Uji Validitas.....45
c. Uji Normalitas dan Reabilitas.....46
d. Uji one sampel t-test.....47
e. Uji korelasi persial produck momen.....48
a.Uji Signifikasi Parameter Persial (Uji t).....53
3. Analisis Regresi Linear Sederhana.....54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....71
1. Kesimpulan.....71
2. Saran.....72
DAFTAR PUSTAKA.....I
LAMPIRAN.....IV

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB I

PENDAHULUAN

A. Later Belakang

Masala halal dan haram begitu sentral dalam pandangan kaum muslimin, hal ini dikarenakan adanya batas antara yang hak dan bathil, atau lebih jauh antara surga dan neraka. Halal dan haram akan selalu dihadapi oleh kaum muslimin detik demi detik dalam rentang kehidupannya. Sehingga menadakan betapa pentingnya kita mengetahui secara rinci batas antara halal dan haramnya suatu makanan dan minuman. Mengetahui persoalan halal dan haram ini kelihatan mudah sepintas, tetapi kemudian menjadi sangat sukar Ketika berhadapan dengan kehidupan keseharian, yang kadang menjadi kabur, sulit membedakan mana yang halal dan

mana yang haram atau bahkan menjadi syubhat, karena tidak termasuk keduanya atau karena percampuran keduanya.[1]

Era globalisasi banyak berpengaruh pada kehidupan seorang muslim, sadar atau tidak sadar mereka telah terseret kedalam arusnya. Hal ini tidak mungkin di pungkiri, karena lingkungan dan sarana komunikasi dan infomasi tersebut memerangi dan merusak pikiran dan pola hidup sekitarnya. Iklan dari makanan yang sekarang bisa di lihat penyebarannya melalui media social di mana banyaknya makanan luar yang di promosikan yang kita bahkan tidak mengetahui halal atau haramnya makanan tersebut. Sekarang dapat di lihat di mana masyarakat kerap membeli makanan yang sedang trend di media social. Di tambah lagi dengan kerendahan ilmu dan iman.

[1] Yusuf Qardawi, *Al-Halal Wa Al-Haram Fi Al-Islam*, cet 15,(Beirut: Al-Maktab al-Islam,1993),h 12

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Masalah yang kemudian timbul adalah banyaknya *ingredient* atau konsumsi pangan olahan, baik bahan baku utama maupun bahan adiftifnya yang sulit di tentukan kehalalan asal bahan pembuatannnya. Padahal, kejelasan suatu informasi suatu produk pangan sangat penting agar komsumen mengetahui produk yang di komsumsi tersebut adalah produk yang halal atau tidak jelas ketentuan hukumnya sebagaimana dijelaskan dalam pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan, menyatakan bahwa pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati progduk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan dan air baik yang di olah maupun yang tidak diolah yang di peruntuhkan sebagai makanan atau minumam bagi komsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan pembuatan makanan dan minuman.

Selanjutnya juga di jelaskan masala kelayakan komsumsi dan ketahanan pangan dalam Pasal 1 angka 4 dan 5 Undang-undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan yang menyatakan bahwa ketahanan pangan adalah kondisi terpenuhinya pangan bagi negara sampai dengan perseorangan, yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, beragam, bergizi, merata, dan terjangkau serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat, untuk dapat hidup sehat, aktif dan produktif secara berkelanjutan. Keamanan pangan adalah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencega pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan Kesehatan mansusia serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat sehingga aman untuk di komsumsi.

Menanggapi kebutuhan tersebut dan di dorong tanggung jawab untuk melindungi masyarakat. Majelis Ulama Indonesi (MUI) mendirikan Lembaga

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pengkajian pangan, obat-obatan, dan kosmetik MUI (LPPOM MUI) pada 6 Januari 1986 sebgai upaya untuk memberikan kepastian mengenai kehalalan suatu pangan, obat-obatan, dan kosmetik kegiatan sertifukasi halal LPPOM MUI terhadap produk pangan di mulai tahun 1994.[2]

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana komsumen benar-benar akan membeli.[3] Komsumen memutuskan untuk membeli suatu produk jika adanya informasi tentang produk tersebut, adanya pengaruh sikap orang lain yang menentukan pembelian, adanya kepuasan terhadap produk tersebut.[4]

Pada dasarnya keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh motif-motif pembelian dimana bisa karena pembeli melaksankan pembelian karena hanya pertimbangan (motif/terdorong) secara emosional, seperti merasa bangga, sugesri angan-angan, dan sebagainya.[5] Tetapi juga pembeli membeli secara rasional sperti, mempertimbangkan perawatannya, ekonomisnya, segi kepraktisannya, harganya, pengangkutannya dan sebagainya.

Keputusan pembelian merupakan hak konsumen untuk membeli. Komsumen bebas menuntukan atau memili produk atau merek yang di inginkan, dimana komsumen akan membuat keputusan terbaik dan cenderung setiap komsumen akan setia terhadap merek yang sudah pilihnya. Pada saat komsumen tidak dapat menngavaluasi barang yang akan dibeli, maka cenderung bagi komsumen menggunkan harga sebai tolak ukur dalam keputusan pembeliannya

---

[2] Ahmad Hussein Sakr, *Menyimkap Produk-produk Haram*, (Yogyakarta:Wahana Cendikia, 2013) h,37

[3] Kotler dan Amtrong, *Dasar-dasar Pemasaran*,(Jakarta:PT Indeks Kelompok Gramedia,2004) h, 96

[4] Charli Bernardo Halomoan dan Ariel Bowo Prayoga,*optict*,h. 5

[5] Nur Achidah,Dkk, Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor MIO GT,(Semarang : Universitas Pandaran,2016) h. 2

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

semakin mahal barang tersebut semakin bagus pula kualitasnya, sebalinya semakin murah produk semakin rendah pulah kualitasnya.

Peneliti telah melakukan observasi awal di Indomaret Perumnas, peneliti mendapati bahwa sebagian besar masyarakat yang berbelanja di Indomaret Perumnas diduga kurang memperhatikan labelisasi halal terhadap produk yang mereka beli. Peneliti menduga bahwa masyarakat hanya membeli produk yang sedang trend tanpa memperhatikan labelisasi halalnya apalagi dengan penawaran harga yang murah, sehingga dalam hal ini peneliti tertarik menelti dan mengetahui lebih dalam akan permasalahan ini.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengambil judul **"** Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret anPerumnas Parepare**"**

B. Batasan Penlitian

Dalam mempertajam penelitian, peneliti menetapkan Batasan peneliti penentuan Batasan penelitian lebih di arahkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan di peroleh dari sutuasi social (lapangan).[6] Maka dijadikan batasan dalam penelitian ini adalah :

1. Subjek penelitian ini adalah komsumen Indomaret Perumnas Parepare
2. Peneliti hanya membahas pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian di indomaret perumnas parepare

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan maslah pada penelitian ini adalah:

1. Seberapa baik labelisasi halal di Indomaret Perumnas Parepare?

[6] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta,2008),h. 377

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Apakah ada hubungan positif dan signifikan antara labelisasi halal dengan keputusan komsumen dalam membeli produk di Indomaret Perumnas Parepare?
3. Bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan komsumen dalam membeli produk Indomaret Perumnas Parepare ?

D. Tujuan Penlitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui seberapa baik lebelisasi halal di Indomaret Perumnas Parepare
2. Untuk mengetahui seberapa baik komsumen dalam membeli produk di Indomaret Perumnas Parepare.
3. Untuk membuktikan hubungan positif dan signifikan antara lebelisasi halal dengan keputusan konsumen membeli produk di Inomaret Perumnas Parepare
4. Untuk membuktikan pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan komsumen dalam membeli produk Indomaret Perumnas Parepare

E. Manfaat Penelitian

Selanjutnya apabila penelitian ini berhasil dengan baik, diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik manfaat teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

   Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan atau informasi dalam penelitian lebih lanjut maupun dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, terutama yang berkaitan dengan pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian di indomaret.
2. Manfaat Praktis

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

a. Bagi pemerintah : Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi pemerintah untuk membuat kebijaksanaan berkaitan dengan pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian.
b. Bagi produsen : Hasil penelitian ini di harapakan akan menjadi masukan bagi produsen agar meningkatkan aspek kehalalan sebagai keputusan pembelian tersebut semakin meningkat.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Penelitian Relevan

Berdasarkan pada teori dan riset sebelumya, pada pebelitian ini mencoba mencari beberapa spesifik menguji berapa besar pengaruh labelisasi halal terhadapa keputusan pembelian:

Sebagai bahan perbandingan hasil sebelumnya di lakukan bebrapa peneliti yaitu:

Penelitian pertama Hikmawati dengan judul "(*Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Cake Dan Bacrey Chocolicius di Kota Makassar*)".[7]

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal sebagai variabel independent terhadap keputusan di Toko cake dan Bcrey Chocolicius di Kota Makassar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya pencatunan labelisasi halal dalam kemasan psoduk makanan menjadi salah satu faktot yang mempengaruhi komsumen untuk membeli.

Kesamaan penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama menggunakan analsisis deskriptif dalam penelitian. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini adalah, penelitian sebelumnya hanya menggunakan analisis deskriptif dan hanya meneliti pengaruh labelisasi halal terhadap Keputusan pembelian, sedangkan dalam penelitian saat ini selain meneliti tentang pengaruh labelisasi halal terhadap Keputusan pembelian, peneliti saat ini juga meneliti mengenai hubungan labelisasi halal terhadap Keputusan

[7] Hikmawati ,Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Cake Dan Bacrey Chocolicius di Kota Makassar), h.76

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pembelian dengan menggunakan uji korelasi *pearson product moment* dengan hasil penelitian positif 0,756** yang berarti bahwa dalam penelitian ini terdapat hubungan yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Perumnas Parepare. Perbedaan yang kedua adalah penelitian ini menggunakan beberapa analisis yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji pearson product moment, dan uji one sampel t-test, sedangkan penelitian sbelumnnya menggunakan Uji Multikolinieritas, uji Heteroskedastisitas, dan uji Signifikan (Uji t).

Peneliti kedua Imanuddin "(*Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian mie instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi*)".

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal, dan religius sebagai variabel independent terhadap Keputusan pembelian mie instan mahasiswa IAIN Bukittinggi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa labelisasi dan religiusitas merupakan faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian komsumen hal ini dapat di lihat dari Tingkat kesadaran kehalalan produk mie instan dan religius di tunjukkan oleh pengaruh pelabelasn dan religius terhadap Keputusan pembelian produk mie instan melalui uji regresi sebesar 19.6% terhadap Keputusan pembelian. Hasil ini berimplikasi ke depan, bahwa pelajar harus lebih terbuka terhadap label halal dan menerapkan agama dalam kehidupan sehari-hari.

Kesamanan penelitian ini adalah berdasarkan hasil penelitian keduanya sama-sama memperoleh hasil penelitian yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kedua variabel yang di uji dalam kedua peneliti tersebut. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini adalah penelitian ssbelumnya menggunakan regresi linear berganda dan memperoleh hasil pengujian 0.196 dan pada penelitian sebelumnya dalam pengujian hipotesis menggunakan uji persial (uji t) dan uji simultan (uji f). Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

regresi linear sederhana dengan perolehan hasil uji sebesar 0,756 dan pada penlitian saat ini dalam pengujia hipotesis menggunakan uji persial (uji t), dan juga dalam penelitian ini menggunakan uji one sampel t-test untuk menguji apakah tertentu berbeda secara signifikan atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel. Sedangkan uji one sampel t-test tidak ada dalam penelitian ini.

Peneliti ketiga Nisa Arfania Dita "(*Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Pembelian Produk Kosmetik Wardah Melalui Mediasi Keprcayaan Komsumen*")..

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal sebagai variabel independent terhadap pembelian produk kosmetik wardah melalui mediasi kepercayaan komsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan perhitungan koefisien determinasi R^2 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas(karakteristik lebel halal) terhadap variabel terikat (kepercayaan komsumen) memiliki hubungan yang positif. Dengan nilai R-Square sebesar 0,443 menunjukkan bahwa karakteristik label halal (X) mampu menjelaskan kepercayaan komsumen (Y) sebesar 44,3 sedangkan sisanya sebesar 55,7 dapat di jelaskan oleh faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian. Maka Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan variabel di atas menunjukkan memiliki pengaruh positif yang signifikan dalam meningkatkan kepercayaan komsumen pembelian produk kosmetik wardah pada komsumen.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini adalah sama-sama membahas mengenai labelisasi halal. Perbedaan peneliti sebelumnya dengan peneliti saat ini peneliti membahas mengenai Keputusan pembelian sendangkan peneliti sebelumnya membahas mengenai kepercayaan komsumen, kemudian perbedaan lainnya dilihat dari nila R Square yang di peroleh di mana peneliti

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

sebelumnya memprole R square sebesar 0,443 sedangkan peneliti sekarang memperoleh R square sebesar 0,556.

Penliti keempat Helsy Zella Rafita "(*Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik*)(*Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013- 2016 UIN Raden Intan Lampung*).[8]

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal sebagai variabel independent terhadap Keputusan pembelian produk kosmetik (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam Angkatan 2013-2016).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti telah memperoleh hasi tanggapan responden atas pernyataan-pernyataan atas indikator variabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk kosmetik (*Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013- 2016 UIN Raden Intan Lampung*). Uji t diperoleh 6,752 > 1,662 dengan demikian Ha di terima, label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian yang dilakukan saat ini ialah dalam hasil akhir penelitian kedua peneliti ini memperoleh hasil yang sama Dimana variabel labelisasi halal berpengaruh terhadap Keputusan pembelian suatu produk. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini ialah pada penelitian sebelumnya hanya menggunakan analisis regresi linear sederhana, dan dalam pengujian hipotesis menggunakan uji persial (t), sedangka peneliti saat ini selain menggunakan analisis yanf di gunakan peneliti sebelumnya, peneliti saat ini juga menggunakan uji one sampel t-test untuk menguji apakah nilai tertentu

[8] Helsy Zella Rafita, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik* (*Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013- 2016 UIN Raden Intan Lampung*) h. 115

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

berbeda secara signifikan atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel, dan juga peneliti saat ini menggunakan uji korelasi pearson product moment untuk mengetahui timgkat kekuatan hubungan yang kedua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel Labelisasi Halal (X) dan variabel Keputusan Pembelian (Y).

A. Label Halal

1. Pengertian Label

Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya.[9] Menurut Tjiptono label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikaninformasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label biasa merupakanbagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantelkan pada produk. Sedangkan Kotler menyatakan bahwa label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancangdengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisahanya mencantumkan merek atau informasi.[10]

Menurut Kotler, fungsi label adalah

a. Label mengidentifikasi produk atau merek
b. Label menentukan kelas produk;
c. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimanamenggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman)
d. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik. Pemberian label dipengaruhi oleh penetapan, yaitu:
    1) Harga unit (unit princing); menyatakan harga per unit dari ukuran standar

[9] Angipora, Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, , 2002), hlm. 192

[10] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Prenhallindo, , 2000), hlm. 477

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2) Tanggal kadaluarsa (open dating); menyatakan berapa lamaproduk layak dikonsumsi

3) Label keterangan gizi (nutritional labeling); menyatakan nilai gizi dalam produk.[11]

Tujuan Pelabelan:

a. Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan.

b. Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik.

2. Pengertian Halal

Halal berasal dari Bahasa arab berarti melepaskan, tidak terikat, dibolehkan secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan kententuan-ketentuan yang melarangnya.[12] Sedangkan dalam ensiklopedia hukum islam yaitu segalah sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya, atau sesuatu yang boleh dikerjakan menurut syara'.[13]

Undang-undang nomor 69 tahun 1999 tentang label dan iklan, yang di maksud pangan halal adalag pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau di larang untuk di komsumsi umat islam,baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iridasi

---

[11] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Prenhallindo, , 2000), h. 477

[12] Aisjah Girindra, *Penguris Sejara Sertifikat Halal*,(Jakarta: LP POM MUI,2005).hlm 20

[13] Abdul Azis Dahlan, *Ensiklopediaa Hukum Islam*, (Jakarta: Ikhtiar Baru Van Hoeve,1996), h 505

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pangan dan pengelolanya dilakukan dengan sesuai dengan ketentuan hukum agama islam.[14]

Buku petunjuk teknis pedoman system produksi halal yang di terbitkan oleh Departemen Agama di sebut makanan adalah barang yang dimaksud untuk dimakan atau diminum oleh manusia, serta bahan yang digunakan dalam produksi makanan dan minuman. Sedangkan halal adalah sesuatu yang dibolehkan menurut ajaran islam.[15] Jadi dapat di simpulkan bahwasan suatu makanan dan minuma halal adalah makanan dan minumam yang baik, dibolehkan memakan atau meminumnya menurut ajaran islam yaitu sesuai yang diperintahkan di dalam Al Qur'an dan hadis.

3. Pengertian Labelisasi Halal

Labelisasi halal merupakan salah satu poin penting di dalam penelitian ini. Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan atau produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.

Label halal sebuah produk dapat dicantumkan pada sebuahkemasan apabila produk tersebut telah mendapatkan sertifikat halal oleh BPPOM MUI. Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untukmemberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri dalam rangka meningkatkan pendapatan Nasional. Tiga sasaran utama yang ingin dicapai adalah:[16]

a) Menguntungkan komsumen dengan memberikan perlindungan dan kepastian hukum

---

[14] Pasal 1 Angka 5 Undang-Undang Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan

[15] Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Petunjuk Teknis Sistem Produksi Halal*,(Jakarta: Departeman Agama RI,2003),h. 3

[16] Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*, (Malang: UIN Malang Press, 2011), h.56.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

b) Menguntungkan produsen dengan peningkatan daya saing dan omset produksi dan penjualan.
c) Menguntungkan pemerintah dengan mendapat tambahan dan pemasukan terhadap kas negara.

4. Dasar Hukum Makanan dan Minuman Halal

a. Hukum Dalam Al-Qur'an

Umat muslim diwajibkan mengkonsumsi makanandan minuman yang halal, karena setiap makanan dan minuman yang kita konsumsi akan mendarah daging dalam tubuh dan menjadi sumber energi yang penting untuk kehidupan. Halal bagi umat Islam merupakan syariat yang wajib di tegaskan dalam Al Qur'an surah Al- Baqarah (2) ayat 168, Allah swt berfirman:

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا ۖوَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ

Terjemahnya:

"Wahai manusia! makanlah (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan, janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan karena sunggu syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu ".[17]

Ayat di atas menjelaskan bahwasannya rezeki halal adalah rezeki yang cara memperolehnya berdasarkan ajaran islam.sementara itu ayat di atas juga menerapkan kata thayyib yang mengandung arti baik,proposional atau berkualitas dan bermanfaat.

Selain itu telah tercantum juga dalam QS. Al-Maidah (5) Ayat 88

مِمَّا رَزَقَكُمُ اللّٰهُ حَلٰلًا طَيِّبًا ۖوَّاتَّقُوا اللّٰهَ الَّذِيْٓ اَنْتُمْ بِهٖ مُؤْمِنُوْنَ

[17] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta: Sinergi Pustaka,2012) h.32

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Terjemahnya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allahtelah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allahyangkamu beriman kepada-Nya.”[18]

Kehalalan sebagai parameter utama dalam proses pemilihan produk ketidak inginan masyarakat muslim untuk mengkomsumsi produk-produk haram akan meningkatkan kejelian dalam proses pemilihan produk, memastikan makanan dikomsumsi halal menjadi tanggung jawab bagi setiap umat muslim.

Umat Islam di wajibkan mengkonsumsi makanan halal, bukan makanan yang di haramkan atau najis. Dalam surah An-Nahl (16) ayat 114, Allah swt berfirman:

فَكُلُوْا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللّٰهُ حَلٰلًا طَيِّبًاۖ وَّاشْكُرُوْا نِعْمَتَ اللّٰهِ اِنْ كُنْتُمْ اِيَّاهُ تَعْبُدُوْنَ

Terjemahnya :

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.”[19]

Ayat tersebut menjelaskan bahwa terdapat dua pokok yang terpenting, yaitu halal dan baik. Yang halal ialah yang tidak dilarang oleh agama. Kemudian disebut pula makanan yang baik yaitu diterima oleh selera, yang tidak menjijikkan.

b. Hukum Dalam Al-Hadis

Hadist Rasulullah Saw, yang

نْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُوْلُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : إِنَّ اللهَ تَعَالَى طَيِّبٌ لاَ يَقْبَلُ إِلاَّ طَيِّباً، وَإِنَّ اللهَ أَمَرَ الْمُؤْمِنِيْنَ بِمَا أَمَرَ بِهِ الْمُرْسَلِيْنَ فَقَالَ تَعَالَى : ,يَا وَقَالَ تَعَالَى : , يَا أَيُّهَا الَّذِيْنَ آمَنُوا –أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحاً ثُمَّ ذَكَرَ الرَّجُلَ يُطِيْلُ السَّفَرَ أَشْعَثَ أَغْبَرَ يَمُدُّ يَدَيْهِ إِلَى –كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ

[18]Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahan* (Jakarta: Sinergi Pustaka,2012), h.122

[19] Al-Qur’an dan Terjemahan (Jakarta: Sinergi Pustaka,2012) h.381

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

السَّمَاءِ يا رَبِّ يَا رَبِّ وَمَطْعَمُهُ حَرَامٌ وَمَشْرَبُهُ حَرَامٌ وَمَلْبَسُهُ حَرَامٌ وَغُذِّيَ بِالْحَرَامِ فَأَنَّى يُسْتَجَابُ لَهُ .[رواه مسلم]

Artinnya:

"*Abu Hurairah ia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Wahai sekalian manusia, sesungguhnya Allah itu baik. Dia tidak akan menerima sesuatu melainkan yang baik pula. Dan sesungguhnya Allah telah memerintahkan kepada orang-orang mukmin seperti yang diperintahkan-Nya kepada para Rasul. Firman-Nya: 'Wahai para Rasul! Makanlah makanan yang baikbaik (halal) dan kerjakanlah amal shalih. Sesungguhnya Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.' Dan Allah juga berfirman: 'Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah rezeki yang baikbaik yang Telah menceritakan kepada kami telah kami rezekikan kepadamu.'" Kemudian Nabi shallallahu 'alaihi wasallam menceritakan tentang seroang laki-laki yang telah lama berjalan karena jauhnya jarak yang ditempuhnya. Sehingga rambutnya kusut, masai dan berdebu. Orang itu mengangkat tangannya ke langit seraya berdo'a: "Wahai Tuhanku, wahai Tuhanku." Padahal, makanannya dari barang yang haram, minumannya dari yang haram, pakaiannya dari yang haram dan diberi makan dengan makanan yang haram, maka bagaimanakah Allah akan memperkenankan do'anya." (HR. Muslim).*[20]

Bagi sebagian orang beberapa masalah halal dan haram tidak begitu jelas. Karena ketidak jelasan dalil-dalil dan kebimbangan dalam menerapkan nash dalam realita kehidupan. Islam menekankan sikap wara', yakni bahwa seorang muslim hendaknya menghindari hal-hal yang shubhat, supaya tidak terjerumus ke dalam hal yang haram.

Prinsip ini didasari oleh sabda Rasulullah Saw:

صحيح مسلم ٢٩٩٦ :حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ نُمَيْرٍ الْهَمْدَانِيُّ حَدَّثَنَا أَبِي حَدَّثَنَا زَكَرِيَّاءُ عَنْ الشَّعْبِيِّ عَنْ النُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ قَالَ سَمِعْتُهُ يَقُولُ

سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ وَأَهْوَى النُّعْمَانُ بِإِصْبَعَيْهِ إِلَى أُذُنَيْهِ إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنْ النَّاسِ فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ كَالرَّاعِي

[20] Muslim, Kitab Muslim, Hadist No. 1686, (Lidwah Pustaka Kitab Sembilan Imam).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

يَرْعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمًى أَلَا وَإِنَّ حِمَى اللَّهِ مَحَارِمُهُ أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ

و حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا وَكِيعٌ ح و حَدَّثَنَا إِسْحَقُ بْنُ إِبْرَاهِيمَ أَخْبَرَنَا عِيسَى بْنُ يُونُسَ قَالَا حَدَّثَنَا زَكَرِيَّاءُ بِهَذَا الْإِسْنَادِ مِثْلَهُ و حَدَّثَنَا إِسْحَقُ بْنُ إِبْرَاهِيمَ أَخْبَرَنَا جَرِيرٌ عَنْ مُطَرِّفٍ وَأَبِي فَرْوَةَ الْهَمْدَانِيِّ ح و حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ حَدَّثَنَا يَعْقُوبُ يَعْنِي ابْنَ عَبْدِ الرَّحْمَنِ الْقَارِيَّ عَنْ ابْنِ عَجْلَانَ عَنْ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ سَعِيدٍ كُلُّهُمْ عَنْ الشَّعْبِيِّ عَنْ النُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِهَذَا الْحَدِيثِ غَيْرَ أَنَّ حَدِيثَ زَكَرِيَّاءَ أَتَمُّ مِنْ حَدِيثِهِمْ وَأَكْثَرُ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْمَلِكِ بْنُ شُعَيْبِ بْنِ اللَّيْثِ بْنِ سَعْدٍ حَدَّثَنِي أَبِي عَنْ جَدِّي حَدَّثَنِي خَالِدُ بْنُ يَزِيدَ حَدَّثَنِي سَعِيدُ بْنُ أَبِي هِلَالٍ عَنْ عَوْنِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ عَنْ عَامِرٍ الشَّعْبِيِّ أَنَّهُ سَمِعَ نُعْمَانَ بْنَ بَشِيرِ بْنِ سَعْدٍ صَاحِبَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَهُوَ يَخْطُبُ النَّاسَ بِحِمْصَ وَهُوَ يَقُولُ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ الْحَلَالُ بَيِّنٌ وَالْحَرَامُ بَيِّنٌ فَذَكَرَ بِمِثْلِ حَدِيثِ زَكَرِيَّاءَ عَنْ الشَّعْبِيِّ إِلَى قَوْلِهِ يُوشِكُ أَنْ يَقَعَ فِيهِ(صحيح مسلم 2996)

Artinya:

"*Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Abdullah bin Numair Al Hamdani telah menceritakan kepada kami Ayahku telah menceritakan kepada kami Zakaria dari As Sya'bi dari An Nu'man bin Basyir dia berkata, "Saya mendengar dia berkata, "Saya pernah mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda -Nu'man sambil menujukkan dengan dua jarinya kearah telinganya-: "Sesungguhnya yang halal telah nyata (jelas) dan yang haram telah nyata. Dan di antara keduanya ada perkara yang tidak jelas, yang tidak diketahui kebanyakan orang, maka barangsiapa menjaga dirinya dari melakukan perkara yang meragukan, maka selamatlah agama dan harga dirinya, tetapi siapa yang terjatuh dalam perkara syubhat, maka dia terjatuh kepada keharaman. Tak ubahnya seperti gembala yang menggembala di tepi pekarangan, dikhawatirkan ternaknya akan masuk*

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ke dalamnya. Ketahuilah, setiap raja itu memiliki larangan, dan larangan Allah adalah sesuatu yang diharamkannya."(Sahih Muslim 2996)[21]

5. Sertifikasi Halal

1. Pengertian Sertifikasi Halal

Sebelum berlakunya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, tanda kehalalan suatu produk berdasarkansertifikat halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI (Lembaga PemeriksaPangan, Obat-Obatan dan Makanan Majelis Ulama Indonesia).[22] Sertifikat Halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakankehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat Halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal.

Pemberian tanda halal dalam bentuk label halal merupakan upayaperlindungan konsumen muslim yang merupakan konsumen terbesar di Indonesia. Untuk itu, kewajiban pencatuman label halal dapat sangat membantu konsumen muslim untuk dapat memilih produk yang akan dikonsumsinya. Namun demikian, perlu ditegaskan bahwa pencantumanlabel halal baru dapat dilakukan oleh perusahaan manakala produk yang dimilikinya telah mendapatkan Sertifikat Halal dari MUI. Selainitu, bentuk logo halal yang khas dan seragam sangat di dambakan konsumenmengingat saat ini belum ada keseragaman logo halal sehingga dapat membingungkan mana logo halal yang didukung oleh Sertifikat Halal dan mana yang tidak.

Proses penertiban sertifikat halal:

a. Sertifikat Halal hanya boleh diterbitkan setelah dilakukan prosesa uditing atau pemeriksaan oleh lembaga pemeriksa yang memiliki kompetensi dan

[21] Muslim, Kitab Muslim, Hadist No. 2996, (Lidwah Pustaka Kitab Sembilan Imam)

[22] *LPPOM MUI.Undamg-Undang(UU) Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, tanda kehalalan suatu produk berdasarkansertifikat halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI (Lembaga PemeriksaPangan, Obat-Obatan dan Makanan Majelis Ulama Indonesia)*

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ditetapkan oleh pemerintah. Hasil auditing atau pemeriksaan dari lembaga pemeriksa halal disampaikan kepada lembaga/majelis yang berwenang untuk ditetapkan status hukumnya.

b. Sertifikat Halal yang telah ditetapkan dan disepakati olehmasing-masing negara boleh diterima pakai di negara-negara ASEAN.[23]

Dalam era global ini permasalahan halal telah menjadi kompleksakibat perkembangan teknologi yang begitu pesat. Oleh karena itu, dalampenentuan fatwa para ahli fiqih harus bekerja sama, baik antar ahli fiqihdari berbagai mahzab maupun dengan para ilmuwan dari berbagai disiplinilmu, apabila tidak, maka tidak tertutup kemungkinan terjadinya fatwayang kurang proporsional dan menyulitkan implementasi di dunia industri.

MUI merupakan satu-satunya lembaga Sertifikasi Halal, sedangkan LPPOM (Lembaga Pemeriksa Pangan, Obat-ObatandanMakanan) sebagai perangkat lembaga sertifikasi berperan sebagai lembaga pemeriksa yang terdiri dari para ahli di bidang pangan, kimia, biokimia, dan lain-lain. Komisi fatwa, sebagai perangkat MUI yangterdiri dari para ahli fiqih berperan memberikan fatwa terhadap produkhasil pemeriksaan dan penelitian LPPOM yang bekerja sama antaraulama dan ilmuwan dalam tubuh MUI merupakan satu kekuatantersendiri dalam penentuan kehalalan suatu produk, sehingga akan semakin menguatkan posisinya.

6. Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki dimensi yang dapat di gunakan untuk menganalisasi dari suatu produk. Menurut David Garvin mengatakan bahwa kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut :

---

[23] Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelengaraan Haji, *Dalil dan Pertimbangan Penetapan Produk Halal*, (Jakarta : Departemen Agama RI, , 2003), hlm. 14.

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

1. *Performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang di beli.
2. *Durability* (daya tahan), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat di gunakan .
3. *Confermance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan), yaitu karaktersitik sekunder atau pelengkap,.
5. *reliability* (reliabilitas), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai,
6. *esthetics* (estetika), yaitu daya tarik produk terhadap panca Indera
7. *serviceabilit*y, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan
8. *Perceived quality* (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

7. Harga

Harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan *income* bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong mendefinisikan indikator harga yang terdiri atas:[24]

a. Keterjangkaun harga dimana konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya terdapat beberapa jenis di dalam

[24] Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi 2 jilid 1*,(Jakarta:Erlangga,2006),h.179

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

sebuah merek, dimana harganya juga beragam, mulai dari yang termurah shingga yang termahal;

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik;

c. Kesesuaian harga dengan manfaat. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang

d. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya, dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

B. Keputusan Pembelian

1. Pengertian keputusan pembelian

Menurut sudaryono mendefinisikan keputusan sebagai suatu pemilihan Tindakan dari dari dua tau lebih pilihan alternatif. Dengan kata lain orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang tersedia.[25] Bila seseorang dihadapakan pada dua pilihan ,yaitu membeli dan tidak

[25] Sudaryono, Manajemen Pemasaran Tero dan Implementasi, (Yogyakarta : Andi Offiset, 2016) hlm, 99-100.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

membeli, dan kemudian dia memili maka dia akan dalam posisi membuat keputusan.

Menurut Usman Efendi mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah merupakan hasil atau kelanjutan yang di lakukan individu Ketika dihadapkan pada situasi dan alternatif tertentu untuk berperilaku dalam memenuhi kebutuhannya.[26]

Menurut J. Setiadi Nugroho pengambilan keputusan komsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengkominasi pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.[27] Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu piliha (*choice*), yang disajikan sebagai keinginan berperilaku.

Menurut George R.Terry, pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku dari dua atau lebih alternatif yang ada.[28] sedangkan James A.F Stoner mendefinisikan sebagai suatu proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah.

Menurut pendapat dari paeah ahli di atas dapat di simpulkan bahwa pembilian adalah pengambilan dua keputusan atau alaternatif-alternatif untuk melakukan pembelia produk sesuai dengan yang di inginkan. Dalam pengambilan keputusan, semua aspek berpengaruh dan kondisi ini terlihat dalam pengambilan keputusan komsume, termasuk pengetahuan, arti dan kepercayaan yang di aktifkan dari ingatan serta proses perhatian dan pemahaman yang terlibat dalam penerjemahan informasi.

---

[26] Effendi, Usman, *Psikologi Komsumen*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), h.247-249

[27] J.Setiadi Nugroho, *Perilaku Komsumen (Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Komsumen,* (Jakarta : Pranada Media Group,2003), hlm. 332

[28] Agustin Johanes Djohan, Manajemen dan Strategi pembelian,(Malang : Media Nusantara Creative, 2015) hlm, 45.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Dasar Pengambilan Keputusan

Dasar-dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan, seperti : emosional, intuisi, pengalaman, wewenang, fakta. Dalam praktek sehari-hari cukup banyak pembelian berdasarkan emosional, seperti: senang dengan penjual, kemasan menarik, tertarik dengan taktik bujukan si penjual. Keputusan berdasar intuisi, pengalaman, dan fakta relatif lebih baik daripada berdasarkan emosional semata. Dasar pengambilan keputusan pembelian dalam organisasi sebaiknya berdasarkan rasionalitas. Keputusan yang berdasar rasional bersifat objektif, logis, transparan, koheren, dan konsisten, sehingga keputusan tersebut bermutu dan dapat dipertanggung jawabkan. Untuk membuat suatu keputusan yang rasional, diperlukan:[29]

1. Kejelasan masalah atau kebutuhan
2. Tujuan yang ingin dicapai
3. Informasi mengenai alternatif, jenis, dan konsekuensinya
4. Kriteria-kriteria yang jelas menyangkut : reputasi produk, reputasi penjual/distributor, populasi alat/mesin, ketersediaan suku cadang, servis purna jual, kemudahan operasional dan perawatan, efisiensi energi, rekomendasi pengguna (user) dan harga.

3. Proses Pengambilan keputusan

Proses pengambilan keputusan dibagi menjadi empat Langkah.[30]:

a. Fase Intelijen Pada fase ini dilakukan kegiatan mencari informasi mengenai alat/mesin yang akan dibeli. Informasi bisa diperoleh dari :

1) Penjual/ distributor Informasi ini bisa diperoleh :

[29] Agustin Johanes Djohan, Manajemen dan Strategi Pembelian,(Malang : Media Nusa Creative, 2015), hlm.45-46

[30] Agustin Johanes Djohan, Manajemen dan Strategi Pembelian,(Malang : Media Nusa Creative, 2015), hlm.46-47

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Sewaktu pameran. Pada saat pameran, Anda dengan mudah memperoleh informasi, karena pada saat pameran, biasanya stand /tenant pameran dijaga oleh tenaga penjual yang handal dan dengan mudah juga Anda beralih meminta informasi pada penjual yang lain. Pada saat pameran, Anda juga melihat fisik produk yang ditawarkan.

Kunjungan penjual/salesman Pada saat kunjungan, Anda bisa mendapat informasi dan bertanya secara pribadi

2) Presentasi dari penjual pada saat presentasi, sebaiknya dihadiri oleh pihak-pihak yang berkepentingan dan terlibat dalam produk tersebut, termasuk pihak yang akan menggunakan produk tersebut. Sebaiknya pada waktu presentasi, mintalah copy dari materi yang dipresentasikan. Waktu ini juga bisa digunakan untuk meminta harga penawaran, serta kondisi-kondisi lainnya seperti masa garansi, ketersediaan suku cadang, service centre, teknisi, populasi, dan negara pembuat.

b. Fase Desain Pada fase ini, Anda membuat kriteria atau variabel ideal yang diinginkan untuk mengatasi masalah dan indikatorindikator dari variabel-variabel pembelian untuk mempermudah pembelian seperti telah dijelaskan pada bab terdahulu.

c. Fase Pemilihan Pemilihan dilakukan secara rasional. Sebaiknya dengan metode kuantitatif atau semi kuantitatif, agar terukur dan dapat dipertanggung jawabkan.

d. Evaluasi dan Tindak Lanjut Pascapembelian Evaluasi memerlukan waktu yang lama, mungkin perlu beberapa tahun, terutama untuk menentukan reputasi produk, reputasi penjual, dan ketersediaan suku cadang Tindak lanjut berupa :

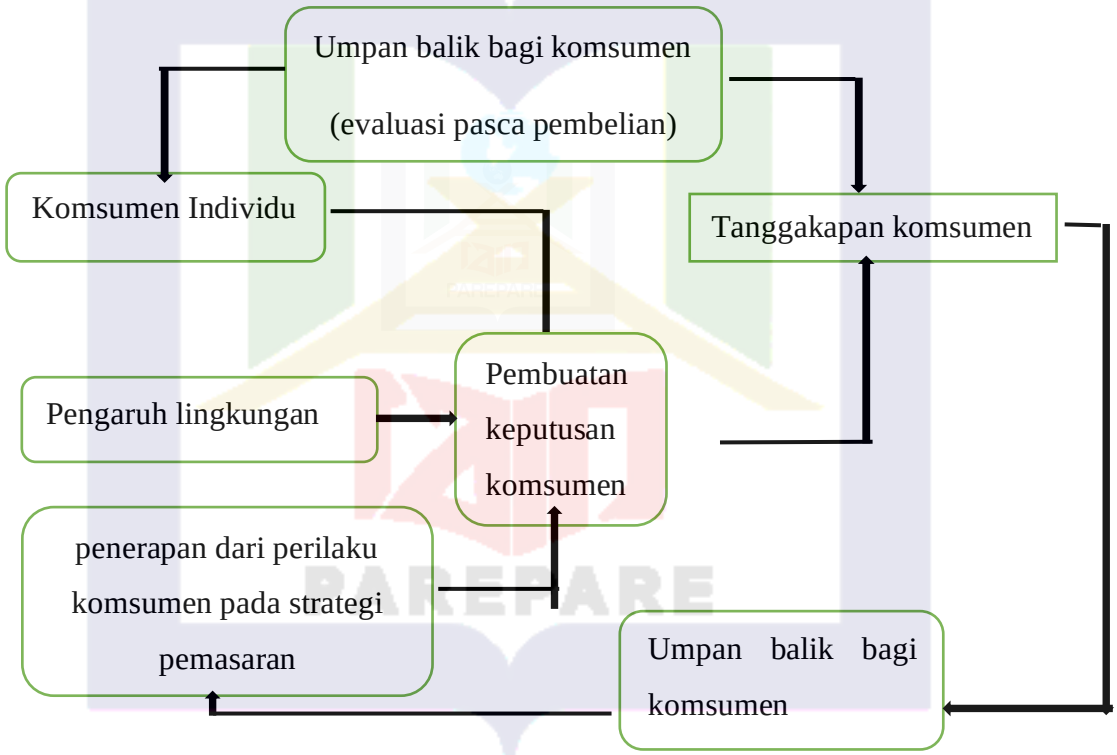
   1) Persepsi Anda terhadap distributor/penjual

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2) Apakah anda membangun relasi dengan penjualan/distributor dan merencanakan pembelian produk lainnya pada distributor tersebut atau bisa juga sebaliknya
3) .apakah anda merekomendasikan produk tersebut pada rekan anda

4. Model Perilaku Komsumen Dalam Pengambilan Keputusan

Mempelajari perilaku komsumen bertujuan untuk mengetahui dan memahami berbagai aspek yang ada pada komsumen, yang akan digunakan dalam Menyusun strategi pemasana yang berhasil. Gambaran model perilaku komsumen dalam pengambilan keputusan.[31]



[31] Sunyanto.Danang, *Manajemen Bisnis Ritel*,(Yogyakarta : CAPS,2015),hlm.81

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Gambar 2.1 Metode Perilaku Komsumen Dalam pengambilan Keputusan

Gamabar di atas menunjukkan adanya interaksi antara pemasaran dengan komsumennya. Komponen pusat dari model adalah pembuatan keputusan Komsumen yang terdiri atas proses merasasakan dan mengevaluasi informasi merek produk, mempertimbangkan bagaimana alaternatif mereka dapat mempengaruhi pilihan-pilihan komsumen, yaitu:[32]

a. Komponen individual
b. Lingkungan yang mempengaruhi
c. Stimulasi pemasaran atau strategi pemasaran

5. Struktur Keputusan Pembelian

Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan, sebagai berikut:[33]

a. Keputusan tentang jenis produk Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain.
b. Keputusan tentang bentuk produk Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli bentuk produk tertentu, keputusan tersebut menyangkut ukuran, mutu produk.
c. Keputusan tentang merek Konsumen harus mengambil keputusan tantang merek mana yang akan dibeli.
d. Keputusan tentang penjualnya Konsumen harus mengambil keputusan dimana produk tersebut akan dibeli, apakan di pedagang besar atau di pengecer atau ditoko lain.

---

[32] Sunyanto.Danang, *Manajemen Bisnis Ritel*,(Yogyakarta : CAPS,2015),hlm.82
[33] Basu Swastha Dharmmesta. T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta ; BPFE,2013, hlm. 102.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

e. Keputusan tentang jumlah produk Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat.
f. Keputusan tentang waktu pembelian Konsumen dapat mengambil keputusan tentang kapan ia harus melakukan pembelian.
g. Keputusan tentang cara pembayaran. Konsumen harus mengambil keputusan tentang metode atau cara pembayaran produk yang akan dibeli.

6. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Komsumen

Keputusan konsumen dipengaruhi oleh banyaknya Komsumen,baik pengaruh yang sifatnya internal, maupun faktor dari luar konsumen. Menurut Zerre perubahan formasi sikap dan perilaku konsumen merupakan interaksi kompleks antara faktor individual konsumen (*psychological factor dan individual factor*), faktor lingkungan (*cultur dan social factor*) dan marketing mix dimana konsumen mengevaluasi ransangan dan selanjutnya rasangan mempengaruhi sikap.[34]

Kotler mengemukakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh ransangan (stimuli) yang terdiri dari ransangan pemasaran (produk, harga, saluran pemasaran dan promosi) serta ransangan lain yang terdiri dari faktor ekonomi, teknologi, politik dan budaya. Ransangan pemasaran dan lingkungan memasuki kesadaran pembeli. Karaktersitik pembeli dan proses pengambilan keputusannya akan menimbulkan keputusan pembelian tertentu.[35]

Menurut Shiffman dan Kanuk proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor usaha pemasaran perusahaan (produk, promosi, harga dan saluran distribusi) dan faktor soail budaya (keluarga, sumber informasi, sumber non-komersial, kelas sosial, budaya dan sub-budaya). Selanjutnya menurut Hawkins konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor

[34] Mashur Razak, *Perilaku Komsumen*,(Makassar : Alauddin Universutas Press,2016), hlm.204
[35] Mashur Razak, *Perilaku Komsumen*,(Makassar : Alauddin Universutas Press,2016), hlm.204

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

eksternal dan internal. Faktor eksternal terdiri dari : budaya (*culture*), sub-budaya (*sub-culture*), demografis (*demografhics*), status sosial (*social status*), kelompok rujukan (*reference group*), keluarga (*family*) dan kegiatan pemasaran (*marketing activities*). Sedangkan faktor internal terdiri dari : persefsi (*perception*), pembelajaran (*learning*), memory (*memory*), motiv (*motives*), keperibadian (*personality*), emosi (*emotion*s) dan sikap (*attitudes*).

Bebrapa penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa factor-faktor yang mempengaruhi munculnya keputusan pembelian yaitu lingkungan, produk, harga, dan budaya dan ada beberapa factor-faktor lainnya yang membuat membeli di took tersebut

C. Karangka Pikir

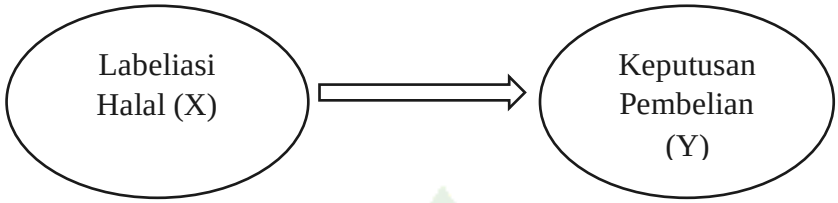
Uma Sekaran dalam bukunya Business Research mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. Bila dalam penelitian ada variable moderat dan intervening, maka perlug di jelaskan mengapa variabel itu perluh di libatkan dalam penelitian. Pertautan antar variabel tersebut, selanjutnya di rumuskan ke dalam bentuk paradikma penelitian. Oleh karena itu pada setiap penyusunan paradikma penelitian harus di dasarkan pada karangka berfikir.[36]

[36] Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualititatif, dan R&D),*(Bandung : Alfabeta, 2015) hlm. 91

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Gambar 3.1 Karangka konseptual



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya atau jawaban sementara terhadap pertanyaan peneliti yang telah di kemukakan dalam perumusan masalah. Dikatan sementara karena baru merupakan jawaban yang berdasarkan teori-teori dalam arti masih perluh dikatakan pengujian secara empiric. Karena hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan maslah penelitian yang di ajukan, maka titik tolak untuk merumuskan hipotesis adalah rumusan maslah.[37]

Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H1. Labelisasi halal indomaret perumnas parepare sangatlah baik

H2. Komsumen indomaret perumnas parepare sangatlah baik dalam mengambil keputusan pembelian

H3. Ada pengaruh yang positif dan signifikan anatara labelisasi halal dan keputusan pembelian

H4. Labelisasi halal sangat berpengaruh terhadapa keputusan pembelian di indomaret perumnas parepare.

[37] Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2002) hlm. 306

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB III

METODE PENELITIAN

Secara umum metode penelitian di artikan sebagai cara ilmi untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.[38] Terdapat empat kata kunci yang perlu di perhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian yang di dasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, dan sistematis. [39]

1. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusi.
2. Empiris bebrati cara-cara yang di lakukan itu dapat diamati oleh indra manusia sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang di lakukan
3. Sistematis artinya proses yang di gunakan dalam penelitian itu menggunakan langka-langka tertentu yang bersifat logis.

A. Jenis Penlitian

Jenis penelitian metode pendekatan kuantitatif dikategorikan penelitian lapangan (field research) yaitu penelitian yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala.[40] Penelitian ini menggunakan metode korelasi yaitu metode dengan menghubungkan antara variabel yang dipilih dan dijelaskan dan bertujuan untuk meneliti sejauh mana variabel pada suatu faktor berkaitan dengan variabel yang lain

[38] Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Cetakan ke-21 Februari 2015, (Bandung : ALFABETA CV, , 2015) h.3

[39] Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Cetakan ke-21 Februari 2015, , (Bandung : ALFABETA CV, 2015) h.3

[40] M.Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metedelogi dan Aplikasi*,(Jakarta:Ghalia Indonesia,2002) h.11

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah suatu rumusan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada varibel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi).[41] Dalam penelitian asosiatif terdapat tiga bentuk hubungan yang mendasarinya, yaitu hubungan simetris, hubungan kausal, dan hubungan interaktif/resiprokal/timbal balik. Penelitian ini mengacu pada hubungan kausal dimana menunjukkan hubungan yang bersifat sebab akibat dengan menunjukkan adanaya variabel independen (variable yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi). Labelisasi halal sebagai variable independent serta keputusan pembelian sebagai dependen.

C. Data dan Sumber data

1. Tempat penelitian

   Penelitian ini berlokasi di Indomaret Perumnas Praepare

2. Waktu penelitian

   Penelitian di lakukan pada bulan September 2023 sampai selesai

3. Data dan Sumber Data

   a. Data

      Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adala jenis data yang realitasnya di pandang sebagai suatu yang kongkrit dapa di amati dengan panca indera, dapat di kategorikan menurut jenis, bentuk, warnah dan perilaku tidak berubah dapat di ukur dan

[41] Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung:Alfabeta,2005), h.11

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

diverivikasi.[42] Dalam penelitian ini data kuantitatif yang di perlukan adalah : jumlah responden dan hasil angket

b. Sumber Data

Sumber adalah subjek dari mana data di peroleh. Bisa didefinisikan sebagai benda atau orang temapat penelitian mengamati, membaca atau bertanya mengenai informasi tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Infomasi yang di peroleh dari sumber penelitian ini kemudian di sebut data.[43] Dalam penelitian penulis menggunakan dua sumber data yaitu:[44]

1) Sumber Data Primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunaka semua metode pengumpulan data original. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah pelanggan Indomaret Perumnas Parepare

2) Sumber Data Sekunder adalah data yang telah di kumpulkan oleh Lembaga pengumpulana data dan di publikasikan kepada masyarakat pengguna data. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data sekunder adalah Artikel, Jurnal, Buku dan literature yang terkait.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilaya generalisasi yang terdiri atas; objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti

---

[42] Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Cetakan ke-21 Februari 2015, (Bandung : ALFABETA CV, , 2015)h.17

[43] Arikunto, Prosedur penelitian,,h 114

[44] Ratna Wijaya Daniar Paramita, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi ke-3 2021(Kabupaten Lumajang : WIDYA GAMA Pess, 2021), h. 72.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

untuk di pelajari dan kemudian di Tarik kemsimpulan.[45] Populasi penelitian ini adalah pelanggan Indomaret Perumnas Wekke'e Kota Parepare

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Atau bagian terkecil dari anggota populasi tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditetapkan dengan rumus slovin

Sampel miniman yang dapat diambil minimal 30 responden . namun untuk mendapatkan hasil yang lebih valid maka dalam penelitian ini di ambil 50 reponden

3. Sampling

Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan di gunakan dalam penelitian. ini memakai Teknik *purposive sampling.*

E. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan unit informasi yang di rekam media yang dapat dibedaka dengan data lain, dapat di analisis dan relevan dengan problem tertentu. Data haruslah merupakan keterkaitan antara informasi dalam arti bahwa data harus mengungkap kaitan antara sumber infomasi dan bentuk simbolik asli pada satu sisi. Di sisi lain data harus sesuai dengan teori dan pengetahuan. Data adalah infomasi tentang sebuah gejalah yang harus di catat oleh para pengamat dengan mudah, dapat dibaca dengan mudah oleh mererka yanh harus memprosesnya tetapi tidak begitu mudah di ubah oleh tipu daya berbagai maksud yang tidak jujur.[46]

---

[45] Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Cetakan ke-21,(Bandung : ALFABETA CV, , 2015) hlm 117

[46] Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis.* (Yogyakarta: Teras, 2011), h.79

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan Teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi

   Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting dalam proses pengamatan dan ingatan.[47] Teknik pengumpulan data dengan observasi di gunakan bila, penelitian berkenang dengan perilaku manusia, proses kerj, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

2. Metode Angket /Kuesioner

   Metode Angket /Kuesioner adalah suatu daftar yang berisikam rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu maslah atau bidang yang akan di teliti. Untuk memproleh data, angket di sebarkan kepada responden(orang-orang yang menjawab atas pertanyaan yang diajukan untuk kepentingan peneliti Dalam hal ini pelanggan atau pembeli Indomaret Perumnas Parepare.untuk mengetau tanggapan responden terhadap Pengaruh Lebelisi Halal Terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Perumnas Parepare terutama dalam penelitian survei.[48]Berdasarkan bentuk pertanyaan atau pernyataan yang ada dalam angket tersebut, angket dapat dibedakan atas 3 golongan, yaitu angket terbuka, angket tertutup dan angket semi terbuka.

   Dari keterangan di atas peneliti akan menggunakan teknik angket tertutup untuk mengetahui data tentang keputusan pembelian komsumen di Indomaret paremnas parepare. Karena menurut penulis metode angket tertutup ini yang paling tepat untuk memperoleh pernyataan atas pertanyaan-pertanyaan yang di ajukan kepada responden. Angket tertutup

[47] Sugiyono. Metode Penelitian Kombinasi (Bandung:Alfabeta, 2013).h.196
[48] Cholid Narbuko, Ahmadi, *Metodelogi Penelitian.* (Jakarta . Bumi Aksara. 2010) hlm. 76

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

(*closed questionare*) merupakan angket yang pertanyaan atau pernyataannya tidak memberikan kebebasan kepada responden untuk memberikan jawaban dan pendapatnya sesuai dengan keinginan mereka

Adapun skala yang dipakai adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sanagat positif sampai negative. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut :

Keterangan	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju (KS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

F. Defenis Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kesimpulannya.[49] Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (Independent Variabel)

   Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat).[50] Dalam hal ini yang menjadi variabel bebas adalah Label Halal.

2. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

   Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.[51] Dalam hal ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian.

Operasional variabel merupakan penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur (mengoperasikan) construct menjadi variabel penelitian yang dapat dituju, sehingga memungkinkan peneliti yang lain untuk melakukan replikasi (pengulangan) pengukuran dengan cara yang sama, atau mencoba untuk mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.

1. Label Halal (Variabel Independet (X))

Label halal adalah label yang memuat keterangan halal dengan standar halal menurut agama Islam.[52] Berdasarkan peraturan pemerintah Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan menyebutkan, label adalah setiap keterangan mengenai suatu produk yang berbentuk gambar,

---

[49] Kasmadi dan Nia Siti Sunairah, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*,(Jakarta:Reina Cipta,2002) h. 270

[50] Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*,(Bandung:Alfabeta,2013) h.59

[51] Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*,(Bandung:Alfabeta,2013) h.97

[52] Nurlaeli, Evi Ekawati, Any Eliza, *Program Sosialisasi Label Halal/Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Siap Saji*,(Lampung: LP2M Raden Intan Lampung,2014).h.18

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada produk, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan produk.[53]label halal diukur dengan indikator sebagai berikut:

a. Gambar, merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan dsb.) dibuat dengan coretan alat tulis.
b. Tulisan, merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
c. Kombinasi gambar dan tulisan, merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.
d. Menempel pada kemasan, dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk).

2.Keputusan Pembelian (Variabel DePenden (Y))

Ada beberapa tahap yang dilalui dalam keputusan membeli, menurut Kotler terdiri dari 5 tahap yaitu : pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.[54] Setelah melakukan penilaian maka diambil keputusan membeli atau tidak membeli. Keputusan membeli menunjukkan arti kesimpulan terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pembeli.

a. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian dimulai saat konsumen mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Konsumen perlu mengidentifikasi permasalahanpermasalahan umum yang dialami sehingga membutuhkan penyelesaian dengan cara pemenuhan kebutuhan.

b. Pencarian Informasi

---

[53] Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan Pasal 1 ayat (5)
[54] Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi 2 jilid 1*,(Jakarta:Erlangga,2006),h.179

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak, dan dapat dibagi kedalam empat level rangsangan yaitu :

1) sumber pribadi ; keluarga, teman, rekan dll
2) sumber komersial ; iklan, penyalur, kemasan,tampilan
3) sumber publik ; media massa, organisasi, pencarian internet
4) sumber pengalaman ; penanganan, pemeriksaan, pemakaian produk

c. Evaluasi Alternatif

Proses mengevaluasi produk dan merek, dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Pada evaluasi alternative ini konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang dihadapinya. Evaluasi dilakukan dengan mengidentifikasi banyaknya atribut yang bisa dilihat pada kemasan produk dan aturan keputusan yang biasanya aturan keputusan dipengaruhi oleh system pemasar produk, bisa juga dipengaruhi oleh keinginan pribadi konsumen.

d. Keputusan Pembelian

Dalam tahap ini konsumen menentukan pilihannya untuk melakukan pembelian. Ada dua faktor yang dapat mempengaruhi maksud pembelian dalam keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mengurangi alternative pilihan seseorang dan faktor yang kedua adalah faktor yang tidak diharapkan seperti faktor pendapatan, harga, dan manfaat produk yang diharapkan. Namun keadaan yang tidak terduga bisa mengubah niat pembelian.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Perilaku sesudah pembelian terhadap suatu produk, dimana konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan

G. Teknik Analisis Data

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Analisis Deskriptif merupakan analisis data yang berupa identitas responden dan proses pengembalian keputusan pembelian. Analisis ini di kelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, kemudian di persentasekan berdasarkan jumlah responden. Persentase yang tersebar merupakan factor yang dominan dari masing-masing variaabel yang di teliti. Analisis ini merupakan kegiatan pengumpulan, mengolah, dan mendeskripsikan data yang terkumpul.[55] Oleh karena itu, statistika desktiptif adalah alat yang digunakan untuk menggambarkan data yang telah di kumpulkan.

1. Uji Instrumen

Instrument pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner beruapa sejumlah pertanyaan inssstruktur yanh harus di jawab oleh responden. Dalam kuesioner tersebut terdapat beberapa pertanyaan yang menyangkut tentang identitas responden seperti : Nama, umur, dan jenis kelamin selain itu terdapat pula pertanyaan khusus yang berkaitan dengan penelitian.

Pengujian dalam instrument ini meliputi uji validitas dan Reliabitasi.

a. Statistika Deskriptif

Statistika deskriftif adalah membahas cara-cara pengumpulan, dan penyajian data sehingga di peroleh informasi yang lebih mudah dipahami.[56]

b. Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk menguji untuk menguji validitas instrument dalam penelitian ini, maka di gunakan *corrected item total correlation* dengan bantuan SPSS 25. Uji validitas adalah pengujian yang di lakukan guna untuk mengetahui seberapa

---

[55] Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : ,ALFABETA CV, 2009) hlm. 80

[56] M
uchson, *Statistika Deskriptif*, (Jakarta : Guepedia, 2017), h.6

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

cermat suatu imstrumen dalam mengukur apa yang ingin di ukur. Pengambilan keputusan pada uji validitas ini yaitu menggunakan Batasan r table dengan signifikasi 0,05. Apabila nilai korelasi di atas 0,30 maka sampel dalam penelitian di anggap sudah cukup dan layak untuk di analisasi lebih lanjut.

Uji Reliabilitas terdapat item-item pertanyaan dan kuesioner di gunakan untuk mengukur kehandalan atau konsistensi dan instrument penelitian. Kriteria pengujian reliabilitas yaitu jika nila alpha > 0,60, berarti pernyataan reliabel, dan sebliknya jika nilai alpha ≥ 0,60 berarti pernyataan tidak reliabel.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam model regresi, variable terikat dan variable bebas apakah variable berpengaruh normal atau malah sebaliknya. Denga uji normalitas ini dapat di ketahui distribusi pada data tersebut bersifat normal. Distribusi data di katakana baik yaitu data distribusinya tidak mempunyai juling ke kiri atau kekanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan[57]

Mengetahui adanya normalitas bisa di lihat pada garis histogram, guna untuk membandingkan antara data observasi yang mendekati distribusi normal, atau bisa di lihat pada normal propability plot yang dapat di gunakan untuk perbandingan distribusi kumulatif pada distribusi normal, sehingga distribusi normal dapat membentuk garis lurus diagonal, dan plot data residual dikatakan normal.uji normalitas bisa di gunakan melalui uji statistil non-parametrik dengan membuat hipotesis.

H_o : Data Residual berdistribusi Normal

H_a : Data Residual tidak berdistribusi Norma.[58]

d. Uji Linearitas

[57] Masrukhin, Metode Penelitian Kuantitatif, (Kudus : Daros, 2009) h 187

[58] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang : Universitas Diponegoro, 2011) h 105-106

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak.[59] Uji tersebut di gunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear.

e. Uji One Sample t-test

Uji one sample t-test adalah suatu metode statistic yang di gunakan untuk menguji apakah rata-rata dari satu sampel data berbeda secara signifikan dari suatu nilai rata-rata populasi yang diketahui atau di hipotesiskan.[60] Uji umumnya digunakan ketika anda memiliki satu sampel data dan ingin membandingkan rata-rata dari sample tersebut dengan suatu nilai tertentu atau ekspektasi teoritis.

Pengujian one sample t-test pada prinsipnya ingin menguji apakah suatu nilai tertentu (yang diberikan sebagai perbandingan) berbeda secara nyata atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel .

Uji one sample t-test, terdapat dua hipotesis yang diajukan

1. Hipotesis Nol (H0) : Labelisasi halal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Parumnas Parepare.
2. Hipotesis Alternatif (Ha) : Labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Parumnas Parepare.

a. Uji Korelasi Persial Produk Moment

Teknik statistika yang kerap kali digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih adalah teknik korelasi.[61] Dua variabel yang hendak di selidiki hubungannya tersebut biasanya diberi simbol variabel X dan variabel Y.

Variabel X selalu disertai kenaikan variabel Y, dan turunnya nilai variabel X juga selalu diikuti oleh turunnya nilai variabel Y, maka hubungan yang seperti itu

---

[59] Kasmadi dan Nia Siti Sumariah, *Panduan Moderen Penelitian Kuantitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2016), h.120

[60] Dewi Sayfriani Dkk, Buku Ajaran Statistik Uji Beda Untuk Penelitian Pendidikan (Cara Pengolahannya dengan SPSS), (Medan : CV .EUREKA MEDIA AKSARA, 2023) h. 13

[61] Linda Rosalina DKK, *Buku Ajaran Statistika*, (Padang : CV MUHARIKA RUMAH ILMIAH, 2021) h.82-83

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

disebut hubungan nilai positif. Akan tetapi sebaliknya bilamna kenaikan nilai variabel X selalu diikuti oleh penurunan nilai variabel Y, dan penurunan nilai variabel X justru diikuti oleh kenaikan nilai variabel Y, maka hubungan antara variabel X dan Y tersebut adalah hubungan negatif.

Variabel X dan Y ada kemungkinan tidak memiliki hubungan sama sekali yakni bila mana kenaikan nilai variabel yang satu kadang-kadang diikuti penurunan nilai variabel lainnya, dan kadang-kadang juga diikuti oleh kenaikan nilai variabel lainnya.

b. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independent (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen (Y) apabila nilai variabel independent (X) mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen adalah positif atau negatif.[62]Adapun bentuk persamaan dari regresi linear sederhana ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + Bx + e$$

Y = *Return On Asset* (nilai yang di prediksikan)

a = konstanta (apabila nilai X = 0)

b = Koefisien regresi sederhana

e= *Standar Error*

c. Uji Signifikasi Parameter Persial (Uji t)

[62] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. 188

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Uji ini di gunakan untuk mengetahui dalam model regresi variable independen (X1.X2,,,,,Xn) secara persial berpengaruh signifikan terhadap variable dependen (Y) hasil uji t dapat dilihat output *coefficients*.[63]

Dalam hal ini ada dua acuan yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, yaitu dengan melihat nilai signifikan (sig) dan kedua membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel)

Kriteria pengujian berdasarkan nilai signifikan (sig)

1. Jika nilai signifikan (sig). < propabilitas 0,05 maka ada pengaruh variable bebas (X) terhadap variable terikay (Y) atau hipotesis di terima.
2. Jika nilai signifikan (sig). > propabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variable bebas (X) terhadap variable terikay (Y) atau hipotesis di tolak.

Berdasarkan nilai t-hitung dengan t-tabel

1) Jika nilai t-hitung > t-tabel maka ada pengaruh variable bebas (X) terhadapa variable terikat (Y) atau hipotesis di terima.
2) Jika nilai t-hitung < t-tabel maka tidak ada pengaruh variable bebas (X) terhadap variable terikat (Y) atau hipotesis di tolak.[64]

[63] Duwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data SPSS*, (Jakarta: Mediakom,2010), hlm 68-69

[64] Sahid Raharjo,"*Cara Melakukan Uji t Persial Dalam Analisis Regresi Dengan SPSS* ", https://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html?m=1,diakses pada 1 september 2022.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI HASIL PENELITIAN

Responden menjadi sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 50 responden. Profil responden terdiri dari jenis kelamin dan pekerjaan.

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin:

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	9 orang	9,3%
Perempuan	41 orang	90.7%
Jumlah	50 orang	100%

Data di atas ini menggunakan sampel sebanyak 50 responden, di mana pada sampel yang di pilih ditinjau dari jenis kelamin, sampel keseluruhan meliputi Perempuan sebanyak 90 orang (90,7%), selebihnya laki-laki sebanyak 9 orang (9,3%). Hal ini menunjukkan bahwa di kalangan masyarakat kebanyakan perempuan melakukan pembelian di Indomaret Perumnas Parepare.

Karakteristik berdasarkan pekerjaan:

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Apoteker	1 orang	1%
Guru	1 orang	1%
Bidan	1 orang	1%
Siswa	2 orang	2%
Mahasiswa	11 orang	20%
Pengangguran	11 orang	20%
Wiraswasta	3 orang	3%
Ibu rumah tangga	18 orang	50%
Petani	2 orang	2%
Jumlah	50 orang	100%

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 50 responden, di mana pada sampel yang di tinjau dari apoteker sejumlah 1 responden (1%), guru 1responden (1%), bidan 1 responden (1%), siswa 2 responden (2%), mahasiswa 11 orang (11%), pengangguran 11 responden (11%), wiraswasta 3 responden (3%), ibu rumah tangga 18 responden (18%), dan petani 2 responden (2%).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

B. Pengujian Persyaratan Analisis Data

a. Statistika Deskriptif

Statistika deskriptif adalah statistika yang dimaksud untuk menggunakan untuk menggambarkan sesuatu melalui ukuran statistuk dan grafik.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	50	11	60	38.52	13.992
Y	50	6	53	25.54	12.458
ValidN (listwise)	50				

Data di atas, menunjukkan bahwa pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat, yang Dimana yang menjadi variabel bebas (X) Labelisasi halal, variabel terikat (Y) Keputusan pembelian. Adapun jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 50 responden di mana sampel tersebut merupakan komsumen di Indomret Perumnas Parepare.

Pada tabel di atas menunjukkan nilai minimum variabel X yaitu 11, nilai maksimum yaitu 60, nilai rata-rata (mean) yaitu 38.52, dan nilai standar deviation untuk variabel X yaitu 13,992. Untuk nilai minimum variabel Y yaitu 6, nilai maksimum yaitu 53, nilai rata-rata (mean) yaitu 25,54, dan nilai standar deviation untuk variabel Y yaitu 12,458.

b. Uji Validitas dan reabilitas

Menguji validitas instrument dalam penelitian ini, maka di gunakan *corrected item total correlation* dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan bantuan SPSS 25, for windows. Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan guna untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrument dalam mengekur apa yang ingin diukur. Pengembalian Keputusan pada uji validitas ini yaitu menggunakan batasan r table dengan signifikasi 0,05. Data di nyatakan valid apabila r hitung > r tabel, nilai signifikan 5% dengan jumlah responden 50 maka nilai r tabel 0,279.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Adapun hasil dari validasi dari setiap instrument penelitian dapat di sajikan melalui tabel berikut:

Jumlah Item	R hitung	R tabel	Validitas
1	0,868	0,279	VALID
2	0,623	0,279	VALID
3	0,398	0,279	VALID
4	0,885	0,279	VALID
5	0,914	0,279	VALID
6	0,797	0,279	VALID
7	0,870	0,279	VALID
8	0,757	0,279	VALID
9	0.776	0,279	VALID
10	0,098	0,279	VALID

Uji Reliabilitas terdapat item-item pertanyaan dan kuesioner di gunakan untuk mengukur kehandalan atau konsistensi dan instrument penelitian. Kriteria pengujian reliabilitas yaitu jika nila alpha > 0,60, berarti pernyataan reliabel, dan sebliknya jika nilai alpha ≥ 0,60 berarti pernyataan tidak reliabel.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	10

Dilihat dari data reabilitas statisistik menunjukkan bahwasannya nilai cronbach's Alpha 0.851 > 0,60 berarti data tersebut reliabel.

c. Uji Normalitas

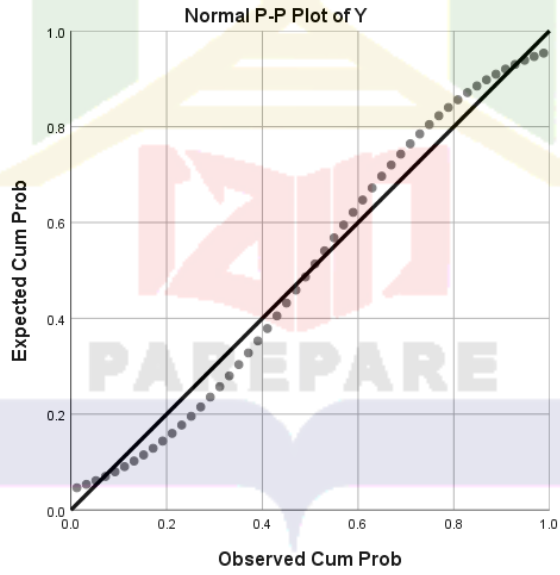
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Uji normalitas digunakan dalam model regresi, variable terikat dan variable bebas apakah variable berpengaruh normal atau malah sebaliknya. Denga uji normalitas ini dapat di ketahui distribusi pada data tersebut bersifat normal. Distribusi data di katakana baik yaitu data distribusinya tidak mempunyai juling ke kiri atau kekanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan[65]

Supaya mengetahui adanya normalitas bisa di lihat pada garis histogram, guna untuk membandingkan antara data observasi yang mendekati distribusi normal, atau bisa di lihat pada normal propability plot yang dapat di gunakan untuk perbandingan distribusi kumulatif pada distribusi normal, sehingga distribusi normal dapat membentuk garis lurus diagonal, dan plot data residual dikatakan normal.uji normalitas bisa di gunakan melalui uji statistil non-parametrik dengan membuat hipotesis.

Ho : Data Residual berdistribusi Normal

Ha : Data Residual tidak berdistribusi Norma.



[65] Masrukhin, Metode Penelitian Kuantitatif, (Kudus : Daros, 2009) h 187

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Berdasarkan gambar p-plot di atas menunjukkan penyebaran titik mengikuti garis diagonal sehingga dapa di simpulkan model regresi memiliki asumsi normalitas. Untuk mendukung atau membuktikan hasil uji normalitas grafik berdistribusi normal atau tidak maka penulis perlu melakukan uji dengan metode lainnya yaitu *Kolmogorov simirnov* dalam uji data di katakana normal apabila nilai signifikan di atas 0,05 maka residual berdistribusi normal, sebaliknya apabila nilai signifikan di bawa 0,05 maka residual berdistribusi tidak normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8.2968778 6
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.097
	Negative	-.111
Test Statistic		.111
Asymp. Sig. (2-tailed)		.173[c]

Tabel di atas menunjukkan nilai asymp.sig(2-tailed) 0,173>0,05 maka dapat di simpulkan bahwa metode regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas digunkan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan linear yang signifikan. Korelasi yang baik harus memiliki hubungan linear antara predictor atau variabel bebas (X) dengan kriteria atau variabel terilat

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

(Y). Berikut hasil ujian linearitas :

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	6316.253	36	175.451	1.771	.135
		Linearity	4231.349	1	4231.349	42.702	.000
		Deviation from Linearity	2084.904	35	59.569	.601	.886
	Within Groups		1288.167	13	99.090		
	Total		7604.420	49			

Berdasarkan hasil uji linearitas di atas di peroleh nilai *deviation form linearity*. Adalah 0,886> 0,05. Maka dapat di simpulkan bahwa ada hubungan linear antara variabel independen (labelisasi halal) dan variabel dependen (Keputusan pembelian).

e. Uji One Sample t-test

Uji one sample t-test adalah suatu metode statistic yang di gunakan untuk menguji apakah rata-rata dari satu sampel data berbeda secara signifikan dari suatu nilai rata-rata populasi yang diketahui atau di hipotesiskan.[66] Uji umumnya digunakan ketika anda memiliki satu sampel data dan ingin membandingkan rata-rata dari sample tersebut dengan suatu nilai tertentu atau ekspektasi teoritis.

[66] Dewi Sayfriani Dkk, Buku Ajaran Statistik Uji Beda Untuk Penelitian Pendidikan (Cara Pengolahannya dengan SPSS), (Medan : CV .EUREKA MEDIA AKSARA, 2023) h. 13

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Pengujian one sample t-test pada prinsipnya ingin menguji apakah suatu nilai tertentu (yang diberikan sebagai perbandingan) berbeda secara nyata atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel .

Uji one sample t-test, terdapat dua hipotesis yang diajukan

1.Hipotesis Nol (H_0) : Labelisasi halal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Parumnas Parepare.

2. Hipotesis Alternatif (H_a) : Labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Parumnas Parepare.

Uji One sampel t-test

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X	50	38.52	13.992	1.979
Y	50	25.54	12.458	1.762

Berdasarkan tabel hasil uji One sampel sattistics dengan melakukan uji distribusi normal di atas menunjukkan nilai statistics deskriptik, yaitu N = 50 artinya jumlah sampel yang pake adalah 50 responden. Mean untuk skor jawaban Labelisasi halal (X) sebesar 38.52 untuk mean skor jawaban Keputusan pembelian (Y) 25.54. Std Deviation variabel Labelisasi halal (X) sebasar 13.992 untuk variabel Keputusan pembelian(Y) 12.458.

Langka pertama dalam pengujian asumsi

1. Data adalah berupa data kuantitatif
2. Data berdistribusi normal seperti hasi pengujian normalitas.
3. Menghitung nilai rata-rata dan standar deviasi serta menghitung nilai 60 × 70-1=41

Ket : 75 = Nilai yang di kriteriakan penelitian

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2.320 = Jumlah populasi dalam penelitian

50 = Jumlah sampel yang di peroleh dari hasil perkalian 70 × 2,320-1

Rumus uji yang di gunakan adalah :

$$t = \frac{x - \mu}{s - \sqrt{n}}$$

Rumusan hipotesis pada penelitian dalam uji *one sampel t-test* untuk variabel labelisasi halal (X).

1. H0 : Labelisasi halal terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Parumnas Parepare sama dengan nilai 75%
2. Ha: Labelisasi halal terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Parumnas Parepare tidak sama dengan 75%

Jadi nilai t hitung :

$$t = \frac{x - \mu}{s - \sqrt{n}} = \frac{38{,}52 - 75}{13{,}992 - \sqrt{50}} = \frac{-31{,}48}{13{,}698 - 7{,}07} = \frac{-31{,}4}{13{,}690{,}93} = -0.002$$

Nilai t hitung yang di dapatkan adalah -0,02 Sedangkan nilai t tabel dan distribusi nilai t tabel adalah 2,032

Cara mencari t tabel ; (a/2) : (n-1) = 0,05/2:36-1-1) = 0,025 : 34 = 2,032

Maka dapat di simpulkan bahwa nilai t-hitung -0,002 < t-tabel 2,032 maka, H0 dieterima dan Ha ditolak. Artinya komsumen Indomaret Perumnas Parepare menerapkan labelisasi halal dengan baik dengan operasional 75%.

Berikut merupakan rumusan hipotesis pada penelitian dalam ujian *one sampel t-test* untuk variabel Keputusan pembelian (Y).

1. H0 : Labelisasi halal terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Parumnas Parepare sama dengan nilai 75%
2. Ha: Labelisasi halal terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Parumnas Parepare tidak sama dengan 75%

$$t = \frac{x - \mu}{s - \sqrt{n}} = \frac{25{,}52 - 75}{12{,}458 - \sqrt{50}} = \frac{-49{,}48}{12{,}458 - 7{,}07} = \frac{-49{,}48}{12{,}450{,}93} = 0{,}003$$

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Jadi nilai t-hitung yang didapatkan adalah 0,03

Sedangka nilai t-tabel dari distribusi nilai t tabel adalah 2,032, t-hitung -0,003 < t-tabel 2,032 maka, H0 dieterima dan Ha ditolak. Artinya komsumen Indomaret Perumnas Parepare menerapkan labelisasi halal dengan baik dengan operasional 75%.

One-Sample Test

Test Value = 75

	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
X	19.467	50	.000	38.520	34.54	42.50
Y	14.497	50	.000	25.540	22.00	29.08

Berdasarkan *output* tabel " *one sampel test*" di atas diketahui t hitung sebsar 33,964 Nilai df sebsar 50. Nilai sig (2-tailed) atau nilai signifikan dengan dua sisi sebesar 0,000 < 0,05 H0 diterima dan Ha di tolak artinya komsumen Indomaret Perumnas Parepare menerapkan labelisasi halal dalam operasional 75%.

f. Uji Korelasi Person Produk Moment

Teknik statistika yang kerap kali digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih adalah teknik korelasi.[67] Dua variabel yang hendak di selidiki hubungannya tersebut biasanya diberi simbol variabel X dan variabel Y.

[67] Linda,Rosalina DKK, *Buku Ajaran Statistika*, (Padang : CV MUHARIKA RUMAH ILMIAH, 2021) h.82-83

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Nilai variabel X selalu disertai kenaikan variabel Y, dan turunnya nilai variabel X juga selalu diikuti oleh turunnya nilai variabel Y, maka hubungan yang seperti itu disebut hubungan nilai positif. Akan tetapi sebaliknya bilamana kenaikan nilai variabel X selalu diikuti oleh penurunan nilai variabel Y, dan penurunan nilai variabel X justru diikuti oleh kenaikan nilai variabel Y, maka hubungan antara variabel X dan Y tersebut adalah hubungan negatif.

ariabel X dan Y ada kemungkinan tidak memiliki hubungan sama sekali yakni bila mana kenaikan nilai variabel yang satu kadang-kadang diikuti penurunan nilai variabel lainnya, dan kadang-kadang juga diikuti oleh kenaikan nilai variabel lainnya.

Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.746**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Y	Pearson Correlation	.746**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

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

a. Berdasrkan tabel di atas di ketahui kenaikan nilai variabel labelisasi halal (X) kenaikan variabel keputusan pembelian (Y), dan turunnya nilai variabel X juga selalu diikuti oleh turunnya nilai variabel Y, maka dapat disimpulkan hubungan antara varibel labelisasi halal (X) dengan variabel Keputusan pembelian (Y) memiliki hubungan yang positif

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

b. Berdasarkan nilai person produk correlation sebesar 0,756**, sehingga dapat diartikan bahwa Tingkat hubungan variabel labelisasi halal (X) dengan Keputusan pembelian (Y) berdasarkan pada penafsiran koefisien korelasi adalah keduanya memiliki hubungan yang kuat.

c. Berdasarkan tanda Bintang yang diberikan spss pada hasil ujian pearson correlation, diketahui terdapat dua Bintang (**) yang berarti kedua variabel yang diuji memiliki korelasi atau hubungan.

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independent (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen (Y) apabila nilai variabel independent (X) mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen adalah positif atau negatif.[68]

Adapun bentuk persamaan dari regresi linear sederhana ini adalah sebagai berikut

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta x + e}$$

Hasil uji analisis regresi sederhana

[68] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. 188

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	17.123	3.062		5.592	.000
	LABELISASI HALAL (X)	.838	.108	.746	7.760	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

α = angka konstan dari *unstandardized coefficient*. Dalam penelitian ini sebsar 17,123. Artinya jika ada variabel labelisasi halal maka nilai Keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 17,123

β = angka koefisien regresi dalam penelitian ini nilainya 0,838. Artinya jika setiap penambahan 1% tingakat kualitas layanan (X), maka kepusan pelanggan (Y) akan meningkat sebsar 0,838.

Karena koefisien regresinya bernilai (+), dalam hal ini dapat dinyatakan bahwa labelisasi halal (X) berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian (Y). sehingga persamaan regresinya adalah

A	17,123	Persamaan Regresinya
B	0,838	Y = 17,123 + 0,838 X

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5337.571	1	5337.571	60.214	.000[b]
	Residual	4254.909	48	88.644		
	Total	9592.480	49			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), PENGARUH LABELISASI HALAL

Tabel di atas di gunakan untuk mengetahui apabila ada pengaruh signifikan antara variabel labelisasi halal (X) dengan variabel Keputusan pembelian (Y). Maka dari tabel diketahui F hitung = 60,214 dengan Tingkat signifikan 0.000 > 0,05 sehingga dinayatakan variabel labelisasi halal (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian (Y)

B. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis atau uji pengaruh berfungsi untuk mengetahui apabila koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak.

Ho : Labelisasi halal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Perumnas Parepare.

Ha : labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Perumnas Parepare

Hipotesisi penelitian ini akan menggunakan cara dengan membandingkan nilai signifikan (sig) dengan propabilitas 0,05 dengan menggunakan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel.

Hasil uji regresi sederhana untuk uji hipotesis (Uji persial t)

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-.044	3.504		-.012	.990
	X	.664	.086	.746	7.760	.000

a. Dependent Variable: Y

catatan: t tabel untuk 5o responden dengan 1 variabel independent adalah 1,676

a. Dilihat dari beta standar koefisien 0,746 artinya variabel labelisasi halal (X) terhadap keputsan pembelian (Y) berpengaruh positif.
b. Dilihat dari signifikasi nilai sig 0,000 < 0,05, artinya variabel labelisasi halal (X) terhadap Keputusan pembelian (Y) berpengaruh positif.
c. Dilihat dari t hitung 7,760 > 1,676 t tabel artinya berpengaruh signifikan

Di atas, maka untuk mengetahui besarnya pengaruh labelisasi halal (X) terhadap keputusan pembelian (Y) dalam analisis linear sederhana, dapat berpadoman pada nilai R Square atau R2 yang terdapat pada output regresi linear sederhana *Model Summary*.

Hasil ujian koefisien determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746[a]	.556	.547	9.41509

a. Predictors: (Constant), LABELISASI HALAL

Data di atas diketahui R square sebesar 0,547 berdasarkan nilai tersebut dapat di artikan bahwa pengaruh labelisasi halal (X) terhadap Keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 54,2% sedangkan 45,8% Keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

C. HASIL PENELITIAN

Penelitian ini berjudul " Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Perumnas Parepare". Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan satu variabel yaitu labelisasi halal (X) dan satu variabel terikat yaitu Keputusan pembelian (Y) yang jumlah sampelnya sebanyak 50 responden yang Dimana responden merupakan komsumen Indomaret Perumnas Parepare.

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan atau produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.

Label halal sebuah produk dapat dicantumkan pada sebuahkemasan apabila produk tersebut telah mendapatkan sertifikat halal oleh BPPOM MUI. Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untukmemberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri dalam rangka meningkatkan pendapatan Nasional. Tiga sasaran utama yang ingin dicapai adalah:[69]

d) Menguntungkan komsumen dengan memberikan perlindungan dan kepastian hukum
e) Menguntungkan produsen dengan peningkatan daya saing dan omset produksi dan penjualan.
f) Menguntungkan pemerintah dengan mendapat tambahan dan pemasukan terhadap kas negara.

Berikut merupakan hasil penelitian tersebut:

2. Berdasarkan rumusan masalah pertama, seberapa baik Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Perumnas Parepare. Maka

[69] Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*, (Malang: UIN Malang Press, 2011), h.56.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

diperoleh pengujian one sample t-test menunjukkan t-hitung -0,003< t-tabel 2,032 maka, H0 diterima dan Ha ditolak. Artinya labelisasi halal dalam melakukan operasionalnya 75%. Maka hasil penelitian menunjukkan bahwasannya Indomaret Perumnas Parepare telah memiliki kehalalan yang baik pada setiap produk yang di jualnya\

3. Berdasarkan rumusan malasah kedua. Seberapa baik komsumen dalam mebeli produk di Indomaret Perumnas Parepare. Maka di peroleh pengujian one sampel t-test menunjukkan nilai t-hitung -0,002 < t-tabel 2,032 maka H0 diterima dan Ha di tolak. Artinya komsumen Indomaret penerapan keputusan pembelian dengan baik dalam operasional 75%. Maka dari hasil penelitian ini dapa dilihat bahwa Keputusan pembelian komsumen Indomaret Perumnas Parepare sudah sesuai dan dalam menentukan Keputusan pembelian produk mereka selalu menggunakan berbagai pertimbangan untuk memperoleh Keputusan yang tepat dalam melakukuan pembelian.
4. Berdasarkan rumusan maslah ketiga. Mengenai bukti hubungan positif dan signifikan antara labelisasi halal dengan Keputusan pembelian produk di Indomaret Perumnas Parepare. Di peroleh hasil uji persial (uji t) dalam regresi linear sederhana di dapat nilai t-hitung 7,760 > t-tabel 1,676, sehingga dapat di simpulkan bahwa H0 di tolak dan Ha diterima, yang artinyan labelisasi halal (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk di Indomaret Perumnas Parepare.
5. Berdasarkan rumusan masalah keempat. Mengenai bukti pengaruh labelisasi halal terhadap Keputusan komsumen dalam membeli produk di Indomaret Perumnas Parepare. Maka diperoleh hasil penguji korelasi *pearson product moment* diketahui nilai korelasi antara labelisasi halal terhadap Keputusan pembelian produk di Indomaret Perumnas Parepare adalah 0,756**besaran angka korelasi yang di dapatkan dari hasil uji menunjukkan bahwa korelasi

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kedua variabel kuat, yang menunjukkan adanya hubungan antara variabel labelisasi halal (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil uji tersebut dapat dianalisis bahwa terdapat hubunga kuat anatar labelisasi halal terhadap Keputusan komsumen dalam membeli produk di Indomaret Perumnas Parepare.

Analisis Ekonomi Islam

Berdasarkan analisis ekonomi islam terdapat beberapa prinsip berkomsumsi menurut Abdul Mannan.[70]

a. Prinsip Kesedehanaan

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan makanan dan minuman adalah sikap yang tidak berlebih-lebihan, yang berarti janganlah makan makanan secara berlebih-lebihan.

b. Prinsip kebersihan

Prinsip ini tercantum dalam Al-Qur'an dan sunnah tentang makanan yang harus baik atau cocok untuk di makana, tidak kotor ataupun menjijkan sehingga merusak selesarah. Karena itu, tidak semua yanf di perkenangkan boleh dimkan dan diminum dalam semua keadaan. Dari semua yang di perolehkan makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat.

c. Prinsip pengguna

Mengkomsumsi atau menggunakan barang tidak dalam jumlah yang banyak atau sesuai dengan kebutuhan. Hal ini berlaku dalam pembelian barang atau produk di Indomaret Perumnas Parepare melalui berbagai pertimbangan dalam

[70] Muhammad Abdul Mannan, *Teori Dan Praktek Ekonomi*. h,45

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pengambilan Keputusan pembelian, komsumen Indomaret Perumnas Parepare selalu memperhatikan kuantitas serta kualitas produk yang akan mereka gunakan.

d. Prinsip Kemurahan Hati

Dengan mentaati perintah islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika makan dana minum makanan dan minuman halal yang sediakan Allah SWT karena kemurahan hatin-Nya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan Kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menuanaikan perintah Allah SWT dengan keimanan yang kuat dalam tuntunan-Nya, dan perbuatan adail sesuai dengan itu, yang menjamin peresuaian bagi semua perintahnya. Hal ini berlaku jugaa pada perilaku pembelian produk atau barang komseumen Idomaret Perumnas Parepare, dalam melakukan pembelian produk komsumen Indomaret Perumnas Parepare selalu mencari tahu terlebih dahulu mengenai adanya label halal dan tidak hanya membeli produk karena ada paksaan atau dorongan dari orang lain melainkan karena produk tersebut sudah memiliki jaminan kahalalan dan kemanannya.

Berdasarkan analisis di atas dapat di lihat bahwa komsumen Indomaret Perumnas Parepare dala, melakukan pembelian produk sudah sesuai dengan prinsip komsumsi dalam islam. Sebagai komsumen Indomaret Perumnas Parepare telah mengaplikasikannya pemahaman mengenai pentingnya mengkomsumsi suatu yang halal dalam kehidupan sehari-hari, baik berupa makanan, minuman, ataupun produk kosmetik yang di komsumsinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hikmawati dengan judul penelitian *pengaruh labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Cake Dan Bacrey Chocolicius di Kota*

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Makassar[71].dan Syarifah Hanum Al Mard[72] dengan judul penelitian *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung)* yang Dimana dalam kedua penelitian ini meyeatakan bahwa Labelisasi Halal berpengaruh positif dan signifikan bisa dilihat dari nilai uji korelasi pearson moment, regresi liner sederhana, koefisien determinasi, terhadap Keputusan pemeblian. R square dan uji t, semua jeni penujian ini memiliki nilai untuk memenuhi nilai standar signifikan jadi baik peneletian terdahulu maupun penelitian sekarang memiliki keterkaitan.

Agama islam dalah agama yang sangat bijak dalam mengatur umatnya agar tidak memakan sesuatu yanh haram dengan menjelaskan semua yanh halal dan haram untuk dikomsumsi. Alla menciptakan bumi dan seisinya agara manusia dapat memilih dan mengikuti yang baik pada prinsipnya ketentuan dan larangan yang berkaitan dengan sesuatu yang dapat membahayakan komsumen baik dari segi fisik maupun spiritual, khusus bagi kalangan komsumen muslim.

Perilaku komsumen muslim dari segi tujuan tidak hanya mencapai kepuasan dari komsumsi barang, melainkan berfungsi ibadah dalam rangkah mendapat ridho Allah SWT sebagaimana fireman Allah SWT yang di jelaskan dalam surah Al-Maidah 5/88:

ا رَزَقَكُمُ اللهُ حَلٰلًا طَيِّبًاۖوَّاتَّقُوا اللهَ الَّذِيْٓ اَنْتُمْ بِهٖ مُؤْمِنُوْنَ

[71] Hikmawati, *pengaruh labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Cake Dan Bacrey Chocolicius di Kota Makassa*, h.76

[72] Helsy Zella Rafita, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung)*

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Terjemahnya: "*Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allahtelah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya."*

Ayat diatas telah menjelaskan segalah hal yang dilakukan di dunia ini hanya semata-mata untuk mendapatkan keridhohan Allah SWT. Untuk itu dalam melakukan segala kegiatan di dunuia ini harus berdasarkan pada syariat-syariat yang telah Allah Tetapkan, salah satunya adalah dengan mengkomsusi sesuatu berupa makanan, minuman maupun kosmetik yang baik dan halal, baik dari segi zatnya, maupun proses pembuatannya. Sehingga dapat dikomsumsi dan memperoleh maslahat bagi fisik maupu spiritual.

Labelisasi halal juga bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap komsumen khususnya para komsumen muslim. Maka dari itu sangat di perlukan masyarakay terkhusus komsumen muslim di Indomaret Perumnas Parepare sebagai komsumen yang memahami sedikit banyak mengenai komsumsi yang sesuai denga syariat islam.

Selain itu mengidentifikasi bahwa dengan adanya label halal pada produk dapat lebih menyakinkan masyarakat dalam membeli produk. Kotler menyatakan bahwa label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancangdengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisahanya mencantumkan merek atau informasi.[73]

Menurut Kotler, fungsi label adalah

e. Label mengidentifikasi produk atau merek
f. Label menentukan kelas produk;

[73] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Prenhallindo, , 2000), hlm. 477

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

g. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimanamenggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman)

h. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik. Pemberian label dipengaruhi oleh penetapan, yaitu:

4) Harga unit (unit princing); menyatakan harga per unit dari ukuran standar

5) Tanggal kadaluarsa (open dating); menyatakan berapa lamaproduk layak dikonsumsi

6) Label keterangan gizi (nutritional labeling); menyatakan nilai gizi dalam produk.[74]

Berdasarkan hasil kuesioner responden menyatakan bahwasannya memili produk yang berlabel halal akan merasa puas, merasa aman dan percaya akan kehalalan dan keamanan produk tersebut. Dari persepsi tersebut proses di mana orang akan memili, mengatur dan mempertimbangkan produk-produk yang akan di komsumsi. Setelah adanya persepsi tersebut maka timbullah keyakinan dan sikap masyarakat dengan adanya label halal. Dan pada akhirnya keyakinan dan sikap tersebut mempengaruhi masyarakat.

Pernyataan ini sesuai dengan Philip Kotler yang mengatakan bahwasannya keyakinan dan sikap mempengaruhi perilaku pembelian individu. Keyakinan di besarkan iman, dan orang memiliki sikap menyangkut agama, politik, pakean, makanan, dan semua hal Dimana sikap menempatkan orang kedalam kerangka piker untuk menyukai dan atau tidak menyukai sesuatu. Hal ini juga sesuai dengan etika komsumsi islam di mana selalu merujuk kepada dasar

[74] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Prenhallindo, , 2000), h. 477

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

halalan thoyiban, mengedepankan kehalalan suatu produk di mana komsumen muslim cenderung memilih produk yang dapat memberikan maslahah.

Mengkomsumsi halal terdapat dalam kitab suci dan merupakan perintah langsung dari Allah SWT yang di tunjukkan untuk kebaukan manusia. umat Islam diwajibkan mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal, karena setiap makanan dan minuman yang kita konsumsi akan mendarah daging dalam tubuh dan menjadi sumber energi yang penting untuk kehidupan. Halal bagi umat Islam merupakan syariat yang wajib di tegaskan dalam Al Qur'an surah Al-Baqarah (2) ayat 168, Allah swt berfirman:

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًاۖ وَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّ

Terjemahnya:

*"*Wahai manusia! makanlah (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan, janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan karena sunggu syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu".[75]

Islam memiliki berbagain ketentuan barang ekonomi yang boleh dikomsumsi dan tidak boleh di komsumsi (dilarang). Pada prinsip ketentuan larangan ini berkaitan dengan suatu yang dapat membahayakan fisik mau[un spiritual manusia. Sehinggaaa ketentuan harus di patuhi oleh seorang muslim.

Dengan mengkomsumsi atau menggunakan barang yang hala maka komsumen dapat terhindar dari suatu yanga dapat membahayakan fisik maupun spritualnya karena produk yang halal telah terjamin keamanannya.

Bukan hanya dalam al-Qur'an di perintah mengkomsumi makanan dan minuman di dalam hadis pun kita selalu di ingatkan bahwasaanya sebelum mengkomsumsi makana kita harus mengetahui zat yang terkandung dalam

[75] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta: Sinergi Pustaka,2012) h.32

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

makanan dan minuman tersebut apakah halal untuk di komsumsi, pernyataan ini sesuai dengan hadis nabi

Hadist Rasulullah Saw, yang

نْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُوْلُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : إِنَّ اللهَ تَعَالَى طَيِّبٌ لاَ يَقْبَلُ إِلاَّ طَيِّباً، وَإِنَّ اللهَ أَمَرَ الْمُؤْمِنِيْنَ بِمَا أَمَرَ بِهِ الْمُرْسَلِيْنَ فَقَالَ تَعَالَى : ,يَا وَقَالَ تَعَالَى : , يَا أَيُّهَا الَّذِيْنَ آمَنُوا –أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحاً ثُمَّ ذَكَرَ الرَّجُلَ يُطِيْلُ السَّفَرَ أَشْعَثَ أَغْبَرَ يَمُدُّ يَدَيْهِ إِلَى –كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ السَّمَاءِ يا رَبِّ يَا رَبِّ وَمَطْعَمُهُ حَرَامٌ وَمَشْرَبُهُ حَرَامٌ وَمَلْبَسُهُ حَرَامٌ وَغُذِّيَ بِالْحَرَامِ فَأَنَّى يُسْتَجَابُ لَهُ .[رواه مسلم]

artinya:

"*Abu Hurairah ia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Wahai sekalian manusia, sesungguhnya Allah itu baik. Dia tidak akan menerima sesuatu melainkan yang baik pula. Dan sesungguhnya Allah telah memerintahkan kepada orang-orang mukmin seperti yang diperintahkan-Nya kepada para Rasul. Firman-Nya: 'Wahai para Rasul! Makanlah makanan yang baikbaik (halal) dan kerjakanlah amal shalih. Sesungguhnya Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.' Dan Allah juga berfirman: 'Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah rezeki yang baikbaik yang Telah menceritakan kepada kami telah kami rezekikan kepadamu.'" Kemudian Nabi shallallahu 'alaihi wasallam menceritakan tentang seroang laki-laki yang telah lama berjalan karena jauhnya jarak yang ditempuhnya. Sehingga rambutnya kusut, masai dan berdebu. Orang itu mengangkat tangannya ke langit seraya berdo'a: "Wahai Tuhanku, wahai Tuhanku." Padahal, makanannya dari barang yang haram, minumannya dari yang haram, pakaiannya dari yang haram dan diberi makan dengan makanan yang haram, maka bagaimanakah Allah akan memperkenankan do'anya*." (HR. Muslim).[76]

Dasar Hukum Makanan dan Minuman Halal

Produk halal menurut Manjelis Ulama Indonesia (MUI) adalah produk yang memperbolehkan komsumen mengkomsumsi suatu produk menurut ajaran

[76] Muslim, Kitab Muslim, Hadist No. 1686, (Lidwah Pustaka Kitab Sembilan Imam).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

islam. Suatu produk dapat di katakana halal adalah harus memenuhi dari beberapa kriteria yaitu, halal cara memperolehnya, halal zatnya, dan halal pengelolaannya.[77]

Selain mem perhatikan cara memperolehnya, halal zatnya, dan halal pengelolaannya yaitu harga juga harus di perhatikan. Seperti yang kita ketahui sebelum membeli suatu barang kitas pasti akan memperhatikan harga barang tersebut. kenapa kita harus memperhatikan harga suatu barang, dikarenakan harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong mendefinisikan indikator harga yang terdiri atas:[78]

a. Keterjangkaun harga dimana konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya terdapat beberapa jenis di dalam sebuah merek, dimana harganya juga beragam, mulai dari yang termurah shingga yang termahal;

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik;

c. Kesesuaian harga dengan manfaat. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa

---

[77] Riana Marian, Umi Hani, Rahmatul Hudah, *Perspektif Ekonomi Syariah Terhadap Produk Tidak Memiliki Labelisasi Halal* (Kalimantan Banjarmasin : Artikel Universitas Islam Kalimantan MBA Banjarmasin, 2022), h. 7

[78] Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi 2 jilid 1*,(Jakarta:Erlangga,2006),h.179

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang

d. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya, dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menggunakan teknik regresi linear sederhana yang di lakukan dalam penelitian ini dapat di simpulkan beberapa hal yaitu:

1. Hasil pengujian one sampel t test menunjukkan bahwa komsumen Indomaret Perumnas Parepare mencantumkan labelisasi halal sebagai Keputusan pembelian. Karena berdasarkan H0 di terima di terima dana Ha di tolak, artinya komsumen Indomaret Perumnas Parepare labelisasi halal dengan baik dalam operasionalnya 75%.
2. Hasil pengujian one sampel test menunjukkan bahwa dalam mengambil Keputusan pembelian di Indomaret Perumnas Parepare telah melalui proses yang tepat. Karena berdasarkan t-hitung 0.003< t-tabel 2,032, maka H0 di terima dana Ha di tolak. Artinya komsumen Indomaret Perumnas Parepare menerapkan Keputusan pembelian dengan baik dalam operasional 75%.
3. Hasil ujian korelasi pearson product moment menunjukkan adanya hubungan antara variabel labelisasi halal terhadap variabel Keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari hasil uji yang menyatakan nilai korelasi antara labelisasi halal terhadap Keputusan pembelian di Indomaret Perumnas Parepare adalah positif 0,756**besarnya angka korealasi yang didapatkan dari hasil uji menunjukkan bahwa korelasi kedua variabel kuat, yang menunjukkan adanya hubungan antara variabel labelisasi halal (X) dengan variabel Keputusan pembelian(Y).
4. Hasil uji R Square atau koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,556 dari variabel pengaruh labelisasi halal. Hal ini menginformasikan bahwa pengaruh independent (pengaruh labelisasi halal) terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian) adalah sebesar 55,4% .

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

sedangkan sisanya 44.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti. pembelian di indomaret perumnas parepare.

2. Saran

1. Saran untuk komsumen di harap untuk senantiasa memperhatikan lebel halal pada kemasan produk sebelum melakukan pembelian barang apapun., terutama barang yang berasal dari luar negeri
2. Peneliti mengharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat dijadikan literature referensi sehingga dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada dalam penelitian ini.
3. Kepada pihak lain yang ingin melanjutkan penelitian ini, di harapkan agar mempengaruhi variabel-variabel lainnya. Karena variabel yang di pergunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel. Sedangkan variabel-variabel yang mempengaruhi Keputusan pembelian banya variabel lainnya

Demikianlah kesimpulan dan saran yang dapat penulis sampaikan yang tentunya di di dalam keterbatasan pengetahuan dan penelitian penulis. Semoga apa yang penulis sumbangkan dalam skripsi ini dapat bagi peneliti berikutnya yang membahas permsalahan yang sama

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

Andi Bahri, S. (2014). Etika Komsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Dalam Hunafa: Jurnal Studi Islamika

Achida, Nur, dkk. 2016. Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor MIO GT. Semarang : Universitas Pandaran.

Agipora, Marinus. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran. J*akarata : PT Raja Grafindo Persada.

Bernardo, Charli. Ariel Bowo Prayoga.

Burhanuddin. 2011. *Pemikiran Hukum Perlindungan Komsumen dan Sertifikat Halal*. Malang : UIN Malang Press

Dahlan Abdul Azis. 1996. *Ensiklopedia Hukum Islam*. Jakarta : Ikhtiar Baru Van Hoeve.

Djohan, Agustin Johanes. 2015. *Manajemen dan Strategi Pembelian*. Malang : Media Nusa Creative.

Dharmesta, Basu Swastha, T. Hani Handoko. 2013. *Manajemen Pemasran Analisis Perilaku Komsumen*. Yogyakarta : BPFE

Faisal Sanafiah. 2007. *Format-format Penelitian Sosial*. Jakarta : Raja Grafindo.

Girindra, Aisjah. 2005. *Penguris Sejarah Sertifikat Halal*. Jakarta : LP POM MUI.

Ghozali Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Prigram SPSS 19.* Semarang : Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip. Gary Amstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasara*n. Jakarta : Prenhalindo.

Kurnia, Dewi, Ilyad sudarjat. Op.Cit

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Nugroho, J Setiadi. 2003. *Perilaku Komsumen (Perspektif Kontemnporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Komsumen*. Jakarta : Pranada Media Group.

Narbuko Cholid, Ahmadi. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta : Bumi Aksara.

Muzdalifah Muhammadun dkk. (2023), Pengaruh Diskon Terhadap Peningkatan Impulse Buying Pembeli Di Toko Sejahterah Kota Parepare. Jurnal : RIKAZ

M Kamal Zubair, *Pedoman Penulisan Karya Ilmia IAIN Parepare*, 2020, Parepare: M Kamal Zubair.

Muslim. Kitab Muslim. Lidwah Pustaka i-Software-Kitab Sembilan Imam.

Poneva, Kenshi. 2012. *Pengaruh Atribuk-atribuk Produk Terhadap Pembelian Green Product Cosmetics Sariayu Marta Tilaar Di Kota Pdang*. Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Ekonomi Negeri Padang.

Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi 2 jilid 1*,2006.Jakarta:Erlangga

Priyanto Duwi. 2010. *Paham Analisis Statistika Data SPSS*. Jakarta : Mediakom.

Paramita Ratna Wijaya Daniar.2021. Metode Penelitian Kuantitatif. Kabupatean Lumajang : WIDYA GAMA Press.

Sri Fatima Rahmatillah,"dkk" (2024), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Farmasi Halal Di Kota Parepare : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah

Syahriyah Semaun,dkk, (2020), Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Minat Beli Komsumen Di Matahari Store Makassar (Analisis Etika Bisnis Islam) : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah

Republik Indonesia. 1999. *Undang-undang Republik Indonesia No 69 Tahun 1999 Pasar 1 (5) Tentang Label dan Iklan.*

Razak Mashur. 2016. *Perilaku Komsumen*. Makassar : Alauddin Universitas Press.

Sugiono. 2002. *Metode Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Sugiono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. cet-21*. Bandung : ALFABETA CV.

Sakr, Ahmad Hussein. 2013. *Menyingkap Produk-produk Haram* : Yogyakarta. Wahana Cendikia.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Tero dan Implementasi. Yogyakarta: Andi Offset.

Tanzeh Ahmad. 2011. *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta : Teras.

Usman, Effendi. 2016. *Psikolog Komsumen*. Jakarta : Rajawali Pers.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

LAMPIRAN-LAMPIRAN

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.lainpare.ac.id, email: mail@lainpare.ac.id

Nomor : B.2876/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2023
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: HARNITA
Tempat/ Tgl. Lahir	: Parepare 31 Januari 2000
NIM	: 18.2400.073
Fakultas/ Program Studi	: EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/EKONOMI SYARIAH
Semester	: X (SEPULUH)
Alamat	: DESA BILALANG KELURAHAN LEMOE KECAMATAN BACUKIKI KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET PERUMNAS PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Juni sampai selesai.
Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.
Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Parepare, 5 Juni 2023
Dekan,

Muzdalifah Muhammadun

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SRN IP0000497

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madam No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 498/IP/DPM-PTSP/6/2023

Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA
NAMA : **HARNITA**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**
Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**
ALAMAT : **JL. P. CANGGE, KEC. BACUKIKI, KOTA PAREPARE**
UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET PERUMNAS PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN BACUKIKI KOTA PAREPARE (INDOMARET PERUMNAS WEKKE'E)**

LAMA PENELITIAN : **08 Juni 2023 s.d 08 Juli 2023**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **09 Juni 2023**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE

Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pangkat : Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP : 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
  Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
KECAMATAN BACUKI
Jalan Jend Muh Yusuf Nomor Telp (0421) 21509
PAREPARE

Kode Pos 91125

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor : 070/17/ Bacukiki

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: SAHARUDDIN, S.E
Nip	: 19710617 199203 1 006
Jabatan	: Camat Bacukiki

Menerangkan bahwa ;

Nama	: **HARNITA**
Jenis Kelaimin	: Perempuan
Pekerjaan/Pendidikan	: Mahasiswa / S1
Universitas Lembaga	: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Alamat	: Jl.Petta Cangge Parepare
Judul	:"PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMRET PERUMNAS PAREPARE"

Benar mahasiswa tersebut telah selesai melakukan penelitian/wawancara di Kecamatan Bacukiki Kota Parepare terhitung mulai tanggal 08 Juni 2023 s.d 08 Juli 2023, Berdasarkan izin penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare Nomor 498/IP/DPM-PTSP/6/2023 Tanggal 09 Juni 2023

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 08 Juli 2023
CAMAT BACUKIKI

SAHARUDDIN, S.E
Pembina IV/A
NIP 19710617199203006

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET PAREPARE

A. Identitas Responden

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :
   a. Laki-laki :
   b. Perempuan :
3. Usia :
4. Pekerjaan :

B. Petunjuk pengisian kuesioner

Berikan tanda centang (√) pada kolom alternatif jawaban yang telah tersediah untuk jawaban yang paling tepat menurut pendapat anda setelah anda mengunjungi Indomaret Parepare.

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
KS : Kurang Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 1

LABEL HALAL (X)

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui bahwa produk yang di jual di indomaret parepare memiliki label halal					
2	Saya selalu memperhatikan ada atau tidak label pada produk indomaret parepare					
3	Dengan adanya label halal, saya yakin bahwa proses dan bahan yanf digunakan tidak menimbulkan efek yang berbahaya.					
4	Saya menyakini label halal yang terterah pada produk indomaret parepare sudah sesuai dengan yang di keluarkan LPPOM MUI					
5	Label menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk di indomaret parepare					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya melakukan pembelian di indomaret parepare karena produk yang di tawarkan bervarian					
2	Saya memutuskan membeli produk di indomaret parepare karena rekomendasi dari rekan saya					
3	Saya melakukan pembelian di indomaret parepare karena kualitas produknya terjamin					
4	Saya memutuskan membeli produk di indomaret parepare karena sudah memiliki label halal					
5	Saya berniat untuk selalu melakukan pembelian di indomaret parepare					

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

C. Pengukuran Variabel Y

Berilah tanda (X) pada jawaban dibawa ini yang sesuai dengan pilihan anda.

Seberapa sering anda membeli produk di indomaret parepare

a. ≥ 10 kali
b. 8-9 kali
c. 6-7 kali
d. 4-5 kali
e. ≤ 3 kali

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

NAMA	SS	S	KS	TS	STS
UMI	4	4	4	4	4
RASMI	2	4	4	0	0
ANTI RASYID	4	1	4	1	0
UTAMI	0	6	2	2	0
RENO RUDI	1	2	1	5	1
DIVYA ANNISA HARMAN	4	3	2	1	0
AISYAH	5	5	0	0	0
NASRIANI WULANDARI	3	3	4	0	0
SUGIANTO	1	3	4	2	0
ASRIANA	2	4	3	1	0
NURUL HIKMA	2	2	5	1	0
NURFADILLAH	2	0	3	5	0
ILIA	8	1	1	0	0
ANTI	0	8	1	1	0
NURUL HIDAYATULLAH	4	3	2	1	0
NUR ANNISA TALIB	3	3	3	1	0
ASWINDA	2	3	5	0	0
RATNA	1	4	0	5	0
ERLIANI	0	1	1	5	3
SAHARIA	1	5	1	3	0
YANI	6	4	0	0	0
ABD.RAHMAN	2	3	5	0	0
ALI MUHAMMAD	1	3	5	1	0
SITI NURJANNAH	3	5	2	0	0
SITI ALIYAH	4	3	3	0	0
NURDIANA	0	1	4	3	2
ADI	0	5	0	5	0
AMBOLONG	2	4	3	1	0
DARLIN SETIAWAN	2	0	2	6	0
ILLA	2	3	5	0	0
DAHLIANA	3	3	4	0	0
SUNARTI	2	4	4	0	0
WAHYUDI	2	2	4	2	0
SUNIAH	2	4	3	1	0
ASMA	0	2	4	4	0
RUSDIANA	1	2	4	3	0
ERNI	3	3	4	0	0
YULIANA	1	4	4	1	0
RANI	3	2	4	1	0
DZULKIFLI	5	5	0	0	0

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SRI RAHAYU	1	6	3	0	0
SULAIMAN	4	5	1	0	0
ASTI	3	6	1	0	0
LISNA	1	5	4	0	0
NURUL MELIANI	3	4	3	0	0
HALIMA	0	7	2	1	0
AKBAR	5	5	0	0	0
RENALDI	0	2	2	3	3
ENI	0	4	3	3	0
SURIANI	1	5	3	1	0

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

NO	X.1	X.2	X3	X4	X5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	47
11	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	44
12	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	41
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38
21	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	46
24	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
25	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
26	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	41
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
30	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	35
34	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	41
35	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	42
36	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4	43
37	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	41
38	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	45
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	35

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	42
44	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	35
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
JUMLAH											2077

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	Y.1	Y.2	Y.3
X.1	Pearson Correlation	1	.583**	.863**	.704**	.604**	.655**	.832**	.563**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X.2	Pearson Correlation	.583**	1	.536**	.448**	.403**	.385**	.737**	.300*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.004	.006	.000	.034
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X.3	Pearson Correlation	.863**	.536**	1	.817**	.705**	.622**	.789**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X.4	Pearson Correlation	.704**	.448**	.817**	1	.791**	.778**	.736**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
X.5	Pearson Correlation	.604**	.403**	.705**	.791**	1	.586**	.497**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y.1	Pearson Correlation	.655**	.385**	.622**	.778**	.586**	1	.789**	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y.2	Pearson Correlation	.832**	.737**	.789**	.736**	.497**	.789**	1	.457**

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y.3	Pearson Correlation	.563**	.300*	.579**	.753**	.667**	.561**	.457**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.034	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y.4	Pearson Correlation	.723**	.384**	.746**	.687**	.479**	.550**	.685**	.572**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y.5	Pearson Correlation	.705**	.491**	.730**	.845**	.850**	.735**	.663**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	.868**	.623**	.885**	.914**	.797**	.837**	.870**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE



BIOGRAFI PENULIS

Harnita Lahir di Parepare, Sulawesi Selatan pada tanggal 31 Januari 2000. Merupakan anak pertama. Anak dari pasangan bapak Lababa dan Ibu Yani. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu SDN 76 Parepare pada tahun 2006 dan selesai pada tahun 2012. Selanjutnya pada tahun yang sama tahun 2012 melanjutkan ke jenjang Pendidikan sekolah menengah pertama Di SMP Al-Badar Parepare dan selesai pada tahun 2015. Selanjutnya penulis kemudian melanjutkan ketingkat sekolah menengah atas Di Ma Al-Badar Bilalang Parepare tahun 2015 dan selesai pada tahun 2018. Kemudian penulis melanjutkan perkuliahan Di Institut Agama Islam Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, pada semester akahir yaitu pada tahun 2024, penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul " *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan pembelian Di Indomaret Perumnas Parepare*".

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE