

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Makan dan minum merupakan kebutuhan primer bagi manusia, artinya ~~tidak~~ dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia, karena manusia butuh makan dan minum untuk bertahan hidup. Dalam memenuhi kebutuhan konsumen, para ~~pengusaha~~ mengeluarkan produk yang berkualitas serta harga terjangkau untuk di ~~tawarkan~~ kepada para konsumen.

Agama Islam adalah suatu sistem dan jalan hidup yang sempurna. Ia ~~memberikan~~ pedoman yang dinamis dan jelas terhadap semua aspek kehidupan, ~~termasuk~~ dalam hal apa yang dikonsumsi oleh manusia. Agama Islam mengatur ~~selain~~ rupa tentang makanan dan minuman mana yang halal dan haram, ini ~~termasuk~~ tujuan dari ditetapkan syariah atau hukum Islam yaitu memelihara ~~agama~~, *hifdzu nafs* (memelihara jiwa) dan *hifdzu aqli* (memelihara akal), *hifdzu din* (Memelihara agama), *hifdzu ardh* (memelihara keturunan/Kehormatan), *hifdzu mal* (Memelihara Harta).<sup>1</sup>

Dalam Alquran surat Al-Baqarah, 2:168<sup>2</sup> yang berbunyi :

---

<sup>1</sup> Juhaya S Praja, *Filsafat Hukum Islam*, (Bandung : Pustaka Penerbitan Universitas LPPM Universitas Islam Bandung, 1995) hlm. 101

<sup>2</sup> Departemen Agama, *Alqur'an terjemah & Tajwid* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010) Surat Al-Baqarah : 173

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh dia musuh yang nyata bagimu”.

Ayat ini menjadi pedoman dan dasar hukum dalam memilih suatu makanan. “makanlah dari makanan yang halal dan baik” potongan ayat ini memiliki makna bahwa memilih mengkonsumsi makanan halal dan baik itu merupakan kewajiban, karena kata “makanlah” termasuk kedalam kalimat perintah. Tujuan diperintahkan mengkonsumsi makanan halal ialah agar manusia bisa bertahan hidup dengan menjaga tubuh tetap sehat, karena kesehatan itu penting bagi kita untuk mencari karunia Allah.

Makanan “halal” adalah semua jenis makanan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang terlarang/haram dan atau yang diolah menurut hukum-hukum agama Islam.<sup>3</sup> Makanan merupakan kebutuhan pokok selain sandang dan papan. Bisnis dibidang kuliner merupakan salah satu jenis bisnis yang tidak ada habisnya. Saat ini persaingan dibidang makanan menjadi populer dan masing-masing bisnis kuliner memberikan nilai lebih agar bisnis kuliner ini menjadi semakin berkembang dan banyak dilirik oleh konsumen dengan cara menawarkan produk makanan berkualitas baik, memberikan pelayanan baik, inovasi produk, menjaga kualitas produk dengan tempat produksi yang baik, serta menggunakan bahan-bahan yang menyehatkan tubuh dan tidak membahayakan tubuh, itu semua

<sup>3</sup> Tulus Abadi, “Tim Pengkajian Hukum Tentang Peran Serta Masyarakat Dalam Pemberian Sertifikasi Produk Halal” (Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI Badan Pembinaan Hukum Nasional, Jakarta) hlm. 35

mempengaruhi kepercayaan, kepuasan, kesetiaan konsumen terhadap produk. Banyaknya peluang usaha dibidang kuliner menyebabkan orang berlomba-lomba dalam bisnis ini.

Produk halal ialah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam, produk halal yang dibenarkan di Negara Indonesia ialah produk yang bersertifikat halal. Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.<sup>4</sup>Tujuan di adakannya jaminan produk halal tertera dalam pasal 3 UU No.33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal ialah memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk, meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.

Keberadaan lembaga yang mengkaji, meneliti, menganalisa dan memutuskan apakah produk pangan ini halal atau haram, menyediakan bimbingan kepada umat islam untuk memilih produk halal, dan suatu hukum yang melindungi konsumen dari bahaya. Sebagai umat Islam dan konsumen yang baik dalam memenuhi kebutuhan tubuh diwujudkan dengan mengetahui dan mengonsumsi makanan yang halal dan baik, mengetahui kandungan apa saja yang ada di dalam makanan seperti apakah makanan ini dari bahan yang dapat menyehatkan tubuh atau malah membahayakan tubuh.

Dengan adanya label halal ini konsumen muslim dapat memastikan produk makanan kemasan mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang

<sup>4</sup> Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 Tentang Jaminan produk halal Pasal 4

memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Sikap berhati-hati dalam memutuskan untuk mengonsumsi dan membeli atau tidak produk-produk tanpa label halal tersebut yang berlabel halal atau tidak merupakan hak konsumen itu sendiri. Oleh karena itu konsumen tentu saja mempunyai persepsi yang berbeda tentang label halal dalam memutuskan membeli suatu produk. Sebagian mungkin tidak peduli dengan kehalalan suatu produk sedangkan sebagian lainnya masih memegang teguh prinsip bahwa suatu produk harus ada label halalnya.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.<sup>5</sup> Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat sebelum konsumen memutuskan untuk membeli.

Proses pengambilan keputusan dalam membeli melalui proses psikologi, yaitu: (1) menyadari adanya kebutuhan; (2) mencari dan mengumpulkan informasi kebutuhan itu; (3) mengevaluasi keuntungan dan kerugian (positif negatif suatu produk); (4) mengambil keputusan untuk membeli barang tersebut bahwa barang tersebut sesuai dengan kebutuhan; (5) pembeli setelah membeli produk (menilai produk dimata konsumen setelah pemakaian); (6) memutuskan untuk membeli kembali produk atau tidak.

---

<sup>5</sup> Rinda Romdonah, Azis Fathoni, Andi Tri Haryono, "Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (studi kasus pada konsumen dealer honda gunung karna kasih)", hlm 2

PT. Indomaret sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan produk makanan kemasan tentunya menawarkan produknya kepada para konsumen. Adapun salah satu alasan konsumen di Indomaret panumbangan ialah karena menyadari adanya kebutuhan. Selain itu faktor informasi rekan, iklan, pengaruh harga dan merek suatu produk juga menjadi bahan pertimbangan keputusan membeli produk makanan kemasan. Sedangkan konsumen yang memperhatikan adanya label halal pada produk makanan kemasan sebagai data awal sebagai berikut :

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI	PERSENTASE
Kebutuhan	30 %
Informasi Rekan/Konsumen Lain	8 %
Iklan	20 %
Harga	25 %
Merk	12 %
Label Halal	5 %

Berdasarkan data di atas dapat terlihat bahwa label halal tidak menjadi pertimbangan utama dalam memilih produk makanan kemasan. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk meneliti seberapa besar pengaruh label halal terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk, maka perlu dilakukan penelitian

yang berjudul "Pengaruh Label Halal Terhadap Pilihan Konsumen"(Konsumen Gerai Indomaret Panumbangan)

### **B. Rumusan Masalah**

Pertanyaan-pertanyaan berikut ini diharapkan akan banyak membantu dan mempermudah penelitian ini. Hal tersebut akan penulis formulasikan kedalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana praktek label halal di Indomaret ?
2. Bagaimana proses pilihan konsumen pada produk makanan kemasan?
3. Bagaimanakah pengaruh label halal terhadap pilihan konsumen dalam memilih produk berlabel halal ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sebagai jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan utama terdapat dalam rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa praktek label halal di Indomaret.
2. Untuk menganalisa proses pilihan konsumen pada produk makanan kemasan.
3. Untuk menganalisa label halal mempengaruhi konsumen untuk memilih produk berlabel halal.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait sebagai berikut:

1. Penulis memperoleh gambaran mengenai pengaruh label halal terhadap pilihan konsumen.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi masyarakat pelaku ekonomi dalam memilih produk halal.
3. Hasil penelitian ini diharapkan untuk bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam usaha melabel halalkan produk halal di masa mendatang.

### **E. Tinjauan Pustaka**

Untuk mendukung materi dalam penelitian ini, berikut akan dikemukakan beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebagai berikut:

1. Ade Vera Rosidta Zani, Panji Deoranto dan Mas'ud Effendi. **Analisis Pengaruh Label Halal dan Aman Produk Pangan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Malang** (Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh label halal dan aman produk pangan yang terdapat pada kemasan produk pangan terhadap keputusan pembelian konsumen di Malang dan untuk mengetahui berapa informasi yang konsumen baca ketika membeli produk pangan. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa sebanyak 22% responden membaca 12 informasi yang terdapat pada kemasan produk pangan dan 80% responden menjawab tidak akan membeli produk tersebut ketika informasi mengenai produk pangan yang dibutuhkan tidak terdapat pada kemasan. Selain itu, hasil uji analisis regresi berganda menunjukkan bahwa sebesar 43% keputusan pembelian oleh responden dipengaruhi oleh label halal dan label aman produk pangan.

2. **Wahyu Budi Utami, Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei Pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah Di Outlet Wardah Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta) (Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)**

Penelitian bertujuan memperoleh seberapa besar nilai pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk dan mengetahui seberapa besar konsumen terhadap label halal. Hasil penelitian ini yaitu uji hipotesis menggunakan regresi linear sederhana yang menunjukkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu 0,444 pengaruh perubahan presentase pada variable independen (label halal) terhadap variabel dependen hasil  $R^2$  menunjukkan 0,444 berarti berpengaruh terhadap pembelian produk halal sebesar 44,4%, sisanya 55,6 % dipengaruhi oleh faktor lain.

3. **Ida Ratnawati, Pengaruh Label Halal Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Fakultas Syariah Institut Agama Islam Walisongo Semarang)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui psikografis yang meliputi kegiatan (X1), minat (X2), opini (X3) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Untuk mengetahui psikografis yang meliputi kegiatan (X1), minat (X2), opini (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil uji t untuk variabel label halal (X1) diperoleh nilai t hitung 4,045 dan t tabel sebesar 0,1975. Hal ini berarti t hitung lebih tinggi dari pada t tabel, sedangkan signifikansi 0,000. Karena t hitung lebih tinggi daripada t tabel dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka label halal secara signifikan



berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Sedangkan variabel periklanan (X2) diperoleh nilai t hitung 1,496 sedangkan t tabel 0,1975. Hal ini berarti t hitung lebih besar dari pada t tabel, sedangkan nilai signifikansi 0,138. Karena nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel dan nilai signifikansi  $0,138 > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_A$ . Maka terbukti periklanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Dari uji F test, didapat F hitung adalah 13,822 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas (0.000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka label halal dan periklanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.

4. **Intan Nur Hidayatun, Pengaruh Faktor Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim Ngaliyan (Studi Kasus Pada ONO Swalayan Ngaliyan)**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh label halal, maka digunakan analisis faktor psikografis dengan cara mengunjungi calon konsumennya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel aktivitas (X1), minat (X2), opini (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial dapat diketahui bahwa variabel aktivitas (X1),  $H_0$  yang mengatakan aktivitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian ditolak, sedangkan  $H_a$  yang mengatakan aktivitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan

pembelian diterima. Dan untuk uji t diketahui bahwa secara parsial variabel aktivitas (X1), minat (X2), opini (X3) mempunyai pengaruh signifikan pula terhadap keputusan pembelian.

#### F. Kerangka Pemikiran

Makanan adalah barang yang dimaksudkan untuk dimakan atau diminum oleh manusia serta bahan yang digunakan dalam produksi makanan dan minuman. Di dalam syariat Islam mengenai makanan disebutkan dalam Alquran berupa *anjuran* dan *larangan*. Didalam surat Al-Mu'minin 23:51<sup>6</sup> yang artinya :

"Makanlah dari makanan yang baik-baik dan laksanakan amal Shalih"

Gabungan Dari perintah makan dan beramal saleh pada ayat ini merupakan isyarat tentang kesucian lahir dan batin para rasul. Makan dari yang baik isyarat tentang kesucian jasmani mereka, sedangkan beramal saleh menunjukkan kesucian batin mereka. Kata *kulu* bukan maksudnya sekedar memasukkan sesuatu ke mulut, selanjutnya mengunyah dan memasukannya keperut melalui kerongkongan. Tetapi Alquran sering kali menggunakan kata tersebut dalam arti luas sehingga mencakup segala aktivitas. Hal tersebut boleh jadi karena aktivitas manusia terlaksana setelah memiliki daya fisik dan ini memerlukan makanan. Di sisi lain, makanan merupakan salah satu kebutuhan manusia. Kata *ath-thoyibati* bentuk jamak Dari kata *ath-thayib*. Dari segi bahasa berarti baik, lezat, menentramkan palinh utama, sehat. Kita dapat mengatakan bahwa makna kata tersebut dalam konteks makanan adalah makanan yang tidak

<sup>6</sup>Departemen Agama, *Alqur'an terjemah & Tajwid* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010)  
Surat Al-Mu'minin : 51

luster dari segi zatnya, atau rusak (kadaluarsa) atau tercampur najis. Dapat juga dikatakan bahwa *thayyib* dari makanan adalah yang mengundang selera yang memakannya, dan tidak membahayakan fisik dan akalnya. Ia adalah makanan yang sehat, proposional dan aman, tentu saja ia pun harus halal.<sup>7</sup>

Halal merupakan sesuatu yang dipandang sah, utamanya dalam hal makanan, dan daging binatang yang disembelih secara benar.<sup>8</sup> Makanan halal adalah makanan yang dibolehkan memakannya menurut syariat Islam, sedangkan makanan haram sebaliknya makanan yang dilarang memakannya menurut syariat Islam, dalam surat Albaqarah 2:173<sup>9</sup> disebutkan makanan yang diharamkan ialah

"Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak ada daya baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang".

Untuk melaksanakan perintah-Nya mengkonsumsi yang halal dan baik yaitu dengan memilih produk halal. Produk adalah barang atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau

<sup>7</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: pesan kesan dan keseerasian Al-quran*, (Jakarta: Iqbal Press, 2002), hlm. 198-199

<sup>8</sup> Cyril Glasse, *Ensiklopedia Islam (ringkas)*, ter. Ghufron A. Mas'adi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 119

<sup>9</sup> Departemen Agama, *Alqur'an terjemah & Tajwid* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010) Surah: Al-Baqarah : 173

dimanfaatkan oleh masyarakat. Produk Halal adalah Produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.<sup>10</sup>

Di Indonesia peraturan yang bersifat teknis yang mengatur masalah pelabelan halal antara lain undang-undang Republik Indonesia nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal. Jaminan Produk Halal adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan Sertifikat Halal.<sup>11</sup> Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia atau yang disebut LPPOM MUI adalah lembaga yang bertugas kuat untuk meneliti, mengkaji, menganalisa dan memutuskan apakah produk-produk baik pangan dan turunannya, obat-obatan dan produk kosmetik apakah aman dikonsumsi baik dari sisi kesehatan maupun sisi syariat Islam yakni halal atau haram dan baik untuk dikonsumsi bagi umat Muslim khususnya di wilayah Indonesia, selain itu memberikan rekomendasi, merumuskan ketentuan dan bimbingan kepada layanan masyarakat. LPPOM MUI tidak berjalan sendiri, MUI ikut berperan dalam mengeluarkan keputusan. Sertifikat Halal merupakan langkah yang berhasil dijalankan sampai sekarang. Di dalamnya tertulis fatwa halal MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam dan menjadi syarat pencantuman label halal dalam setiap produk makanan minuman, obat-obatan, dan kosmetik.<sup>12</sup>

<sup>10</sup> Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 Tentang Jaminan produk halal Pasal 1

<sup>11</sup> *Ibid*

<sup>12</sup> [https://id.m.wikipedia.org/wiki/LPPOM\\_MUI](https://id.m.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI), diakses pada tanggal 9 Mei 2016 pukul 11.00 WIB

Label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya.<sup>13</sup> Label pangan ialah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan, yang selanjutnya dalam peraturan pemerintah ini disebut label.<sup>14</sup>

Produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Tujuan diadakannya jaminan produk halal tertera dalam label memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk, meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual Produk Halal.<sup>15</sup>

Halal ini terdiri dari empat macam: wajib, sunah, mubah makruh. Tidak semua yang halal ini merupakan sesuatu yang baik sesuai dengan kondisi tertentu seperti ada yang kurang baik untuknya, walaupun baik untuk orang lain, ada makanan yang halal, tetapi tidak bergizi, yang diperintahkan adalah yang halal lagi baik.<sup>16</sup>

<sup>13</sup> Yuli mutiara rambe dan syaad afifuddin "Pengaruh pencantuman label halal pada kemasan mie instan terhadap minat pembelian masyarakat muslim (studi kasus pada mahasiswa universitas al-washliyah, media) (Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No. 1, Desember 2012), hlm. 37

<sup>14</sup> Departemen Agama, *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*, (Jakarta, 2003), hlm. 427

<sup>15</sup> Undang-Undang RI No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 3

<sup>16</sup> M. Qur'anih Sholah, *Tafsir Al-Mishbah: pesan kesan dan keserasian Al-quran*. (Jakarta : lentera

Keputusan adalah perihal yang berkaitan dengan putusan, segala putusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan dan dipikirkan).<sup>17</sup> Pengambilan keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi keinginan dan kebutuhannya.<sup>18</sup> Keputusan pembelian produk oleh konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.<sup>19</sup>

Keputusan membeli atau mengonsumsi suatu produk dengan merek tertentu akan diawali oleh langkah-langkah sebagai berikut : pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif.<sup>20</sup>

Berdasarkan perspektif teori dalam kerangka pemikiran di atas, maka terdapat indikator yang membatasi variabel dari label halal (X) yaitu : kewajiban mengonsumsi makanan halal, label halal menjadi perantara kemudahan konsumen untuk melaksanakan kewajiban mengonsumsi makanan halal. Sedangkan untuk indikator variabel dari pilihan konsumen (Y) yaitu : menganalisa kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

<sup>17</sup>EBSE (Jakarta: PT.Gramedia pustaka utama, 2008 ), cet. Ke-4, hlm. 1124

<sup>18</sup> Ika Ratnawati "pengaruh label halal dan periklanan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wanita" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, 2013), hlm. 27

<sup>19</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor: Pustaka Graha Indonesia, 2004), hlm 25

<sup>20</sup>Ibid, hlm. 308

## G. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban permasalahan sementara yang bersifat dugaan dari suatu penelitian. Dugaan ini harus dibuktikan kebenarannya melalui data empiris (fakta lapangan). Hipotesis dapat benar atau terbukti dan tidak terbukti setelah didukung oleh fakta-fakta dari hasil penelitian lapangan.<sup>21</sup>

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis memiliki dugaan bahwa :

$H_0$  : label halal tidak berpengaruh terhadap pilihan konsumen untuk membeli produk pangan.

$H_1$  : label halal berpengaruh terhadap pilihan konsumen untuk membeli produk pangan.

## H. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian deskriptif penelitian jenis ini dilakukan pada taraf atau kadar kajian dan analisis semata-mata ingin mengungkapkan suatu gejala atau pertanda dan keadaan sebagaimana adanya. Hasil penelitian dan kesimpulan yang diambil semata-mata menggambarkan (membeberkan) suatu gejala/ peristiwa seperti apa adanya yang nyata-nyata terjadi.<sup>22</sup>

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik itu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat

---

<sup>21</sup>Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta : UII Press Yogyakarta, 2005), hlm. 69

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 27

perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lain.<sup>23</sup> Sedangkan Penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian akan lebih baik apabila juga disertai dengan tabel, grafik, bagan, gambar atau tampilan lain.<sup>24</sup>

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner atau daftar pertanyaan kepada responden penelitian, Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan tertulis untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literature, jurnal, atau data-data yang berhubungan dengan tujuan penelitian.<sup>25</sup>

### 1. Populasi dan sampel

Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu serta dengan kualitas tertentu yang akan diamati/diteliti.<sup>26</sup> Populasi penelitian adalah konsumen Indomaret Panumbangan.

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai "wakil" dari para anggota populasi.<sup>27</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis dalam penulisan skripsi ini adalah metode pengambilan sampel

<sup>23</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 11

<sup>24</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 118

<sup>25</sup> Buchan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm.122

<sup>26</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2005), hlm. 102

<sup>27</sup> Sugiono, hlm. 103



*non probability sampling*, yaitu prinsip penentuan sampel yang tidak menggunakan teknik-teknik statistik (non statistik). Jadi, setiap calon anggota populasi (mungkin tidak diketahui sebelumnya), memiliki peluang yang sama akan terpilih menjadi sampel penelitian.<sup>28</sup> Adapun penentuan sampel menggunakan metode *accidental sampling* yaitu suatu metode pengambilan ukuran sampel secara kebetulan, dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang dianggap sesuai untuk dijadikan data penelitian. Jumlah sampel yang akan digunakan untuk mewakili anggota populasi yang tidak diketahui dalam penelitian ialah 50 orang dari konsumen Indomaret Panumbangan.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, penulis melakukan penelitian langsung kepada objek penelitian. Adapun tekniknya dilakukan dengan cara :

### a. Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab atau pertemuan dengan seseorang untuk suatu pembicaraan. Metode wawancara dalam konteks ini berarti memperoleh suatu fakta atau data dengan melakukan komunikasi langsung dengan responden penelitian, baik secara langsung atau teknologi komunikasi. Pada metode ini peneliti menggali dan mengumpulkan data penelitian melakukan pertanyaan atau pernyataan secara lisan untuk dijawab oleh responden penelitian. Peneliti

<sup>28</sup> *Ibid* hlm. 114

mencatat apa yang dijawab oleh responden penelitian sebagai data penelitian yang dapat dihimpun atau diperoleh dalam kegiatan pengumpulan data.<sup>29</sup>

Jenis metode wawancara dalam penelitian ini wawancara tidak bebas atau terpimpin adalah penggunaan wawancara dengan membuat pertanyaan pokok saja sebagai pedoman atau panduan bertanya, dan ini biasanya dilakukan oleh peneliti junior. Hal ini dilakukan agar pertanyaan dan pernyataan yang diharapkan dijawab responden dapat lebih terarah dan memudahkan untuk direkapitulasi catatan hasil pengumpulan data penelitian.<sup>30</sup>

#### b. Angket

Metode angket disebut pula sebagai metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepada petugas atau peneliti.<sup>31</sup> Angket ini akan di bagikan kepada konsumen Indomaret Panumbangan, peneliti membagikan angket untuk diisi dan dikembalikan ke peneliti. Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. Masing-masing instrument jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

YA = 5

RAGU-RAGU = 4

<sup>29</sup> *Ibid*, hlm. 121.

<sup>30</sup> *Ibid*, hlm. 122

<sup>31</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm.123

TIDAK = 3

### c. Observasi

Teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan konsumen dalam memilih produk makanan kemasan serta mendata produk makanan kemasan mana yang ada dan tidak label halal.

### 3. Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau aspek dari orang maupun obyek yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>32</sup> Dalam penelitian ini operasional variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

#### Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
(X) Label halal	Label halal adalah tanda kehalalan suatu produk <sup>33</sup>	1. tulisan 2. gambar	Ordinal

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.38

<sup>33</sup> Undang-undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Pasal 1

(Y) Pilihan konsumen untuk membeli produk pangan	Keputusan pembelian ialah suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. <sup>34</sup>	1.Menganalisa kebutuhan dan keinginan  2. Pencarian informasi  3. Evaluasi alternatif  4. Keputusan pembelian	Ordinal
--------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------

Tabel 1.1

#### 4. Rancangan Analisis Data

##### a. Analisis Data

Setelah seluruh data yang dibutuhkan dalam penelitian skripsi ini terkumpul, maka selanjutnya data-data tersebut diuraikan melalui dua tahap. Pertama, data yang terkumpul tersebut diseleksi, kemudian diklarifikasi sesuai dengan tema pokok masalah penelitian, dalam hal pilihan konsumen dalam membeli produk halal, faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, proses keputusan pembelian. Kedua, pengaruh label halal terhadap pilihan konsumen.

<sup>34</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor Selatan : Penerbit Ghalia Indonesia, 2004) hlm. 289

## b. Uji Instrument

### 1) Uji Validitas

Menurut Ghozali, uji validitas (uji kesahihan) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.<sup>35</sup> Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti mempunyai validitas rendah. Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur. Adapun caranya adalah dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total individu. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS 16.0 Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai P value atau signifikansi  $< 0,05$  maka item atau pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya, selain melihat nilai signifikansi juga dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

### 2) Uji Reabilitas

Uji reabilitas bertujuan untuk mencari tahu sejauh mana konsistensi alat ukur yang digunakan, sehingga bila alat ukur tersebut digunakan kembali untuk meneliti obyek yang sama dan dengan teknik yang sama pula walaupun waktunya berbeda, maka hasil yang akan diperoleh adalah sama.<sup>36</sup> Uji reabilitas mampu

<sup>35</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 137

<sup>36</sup> Awal Isgiyanto, *Teknik Pengambilan Sampel pada Penelitian Non Eksperimental* (Yogyakarta : Mitra Cendekia Press, 2009), hlm. 8

menunjukkan sejauh mana instrument dapat dipercaya dan diharapkan. Instrumen dikatakan reliabel bila nilai *Alpha Cronbach* memperoleh nilai di atas standar minimum reliabilitas pada *r* tabel.

Distribusi (Tabel *r*) untuk  $\alpha=0,05$  dan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ )

Kaidah keputusan: Jika  $r_{11} > r_{tabel}$  berarti Reliabel

Jika  $r_{11} \leq r_{tabel}$  berarti Tidak Reliabel

Analisis dengan formula *alphacronbach* dengan bantuan computer menggunakan SPSS16.0

### c. Uji Hipotesis

#### 1) Analisis Regresi linear sederhana

Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier sederhana. Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh Label halal (X) terhadap Pilihan konsumen (Y). Untuk mempermudah dan menghemat waktu, maka dalam penelitian ini dibantu dengan program SPSS 16.0 dalam proses perhitungannya.

Secara umum pengertian regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Y = Pilihan konsumen

X = label halal

## 2) Uji Statistik T atau Uji Parsial

Uji statistik t digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (label halal) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (pilihan konsumen). Asumsinya adalah:

1. Apabila nilai signifikan  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara individual masing-masing variabel.
2. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara individual masing-masing variabel.
3. Apabila nilai statistik t hitung lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_1$ .

## 3) Uji Simultan F

Untuk menjawab hipotesis dari penelitian ini, maka digunakan uji F. Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (label halal) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (pilihan konsumen). Asumsinya adalah:

1. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_1$ . Artinya variabel (label halal) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (pilihan konsumen).
2. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_1$ . Artinya variabel independen (label halal) secara bersama-

sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (pilihan konsumen).

3. Apabila nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_1$ . Artinya variabel independen (label halal) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (pilihan konsumen).

#### d. Koefisien kolerasi (R) dan koefisien determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel.<sup>37</sup> Pada penelitian ini, analisis koefisien korelasi digunakan untuk menunjukkan kuat atau lemahnya hubungan antara label halal dengan pilihan konsumen. Jika nilai  $R = 0$  atau mendekati 0, maka hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali. Namun bila  $R = +1$  atau mendekati, maka hubungan variabel X dan Y sangat kuat dan dapat dinyatakan bahwa hubungan yang terjadi bersifat positif. Apabila  $R = -1$  atau mendekati, maka hubungan antara variabel X dan Y sangat kuat dan dapat dikatakan bahwa hubungan yang terjadi adalah negatif.<sup>38</sup>

Kriteria koefisien kolerasi :

0 = tidak ada kolerasi antara dua variabel

$>0 - 0,25$  = kolerasi sangat lemah

$>0,25 - 0,5$  = kolerasi cukup

<sup>37</sup> Imam Ghuzali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang : Universitas Diponegoro, 2011), hlm. 96.

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 231.



Sedangkan Koefisien determinasi berfungsi sebagai alat untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Koefisien determinasi dinyatakan dalam persentase (%), adapun rumusnya sebagai berikut:

$$K_d = r_s^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

$r_s^2$  = Koefisien korelasi