

SKRIPSI
PENGARUH LABELITAS HALAL DAN HARGA PADA MAKANAN
OLAHAH IMPOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI KOTA METRO

Oleh :
DIAN SURI RISMAWATI
NPM. 1903011036



Program Studi Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1444 H/2023 M

**PENGARUH LABELITAS HALAL DAN HARGA PADA MAKANAN
OLAHAN IMPOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI KOTA METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh
DIAN SURI RISMAWATI
NPM. 1903011036

Pembimbing : Rina El Maza, S.H.I,M.S.I

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1443 H/2023 M**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul :PENGARUH LABELITAS HALAL DAN HARGA PADA
MAKANAN OLAHAN IMPOR TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI KOTA METRO
Nama : Dian Suri Rismawati
Npm : 1903011036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam siding Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri (IAIN) Metro

Metro, 23 Mei 2023
Pembimbing,



RINA EL MAZA, M.S.I
NIP.198401232009122003



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Prihal : Pengajuan permohonan untuk di munaqosyahkan
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di-
Tempat

Assalamu 'alaikumWr. Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan sebelumnya,
maka Skripsi saudara :

Nama : Dian Suri Rismawati
NPM : 1903011036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : PENGARUH LABELITAS HALAL DAN HARGA PADA
MAKANAN OLAHAN IMPOR TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI KOTA METRO.

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.
WassalamualaikumWr. Wb

Metro, Mei 2023
Pembimbing,

RINA EL MAZA, M.S.I
NIP.198401232009122003

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-2093/11.28.3/0/PP.00-9/06/2023

Skripsi dengan Judul “PENGARUH LABELITAS HALAL DAN HARGA PADA OLAHAN MAKANAN IMPOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KOTA METRO, disusun oleh: DIAN SURI RISMAWATI,” NPM. 1903011036, Jurusan : Ekonomi Syariah yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal : Selasa/06 Juni 2023.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

Penguji I : Zumaroh, M.E.Sy

Penguji II : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I

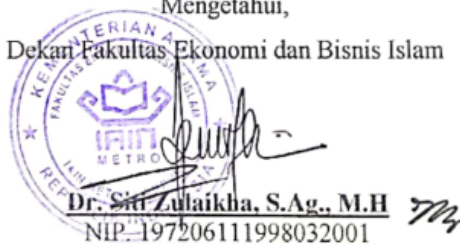
Sekretaris : Misfi Laili Rohmi, M.Si



(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 197206111998032001

**PENGARUH LABELITAS HALAL DAN HARGA
PADA MAKANAN OLAHAN IMPOR TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI KOTA METRO**

ABSTRAK

**Oleh
DIAN SURI RISMAWATI**

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Seseorang diberi kebebasan sepenuhnya dalam mengonsumsi apapun yang dibutuhkannya. Akan tetapi dalam membuat keputusan pembelian, seseorang muslim tidak diperkenankan mengonsumsi makanan yang tidak halal (haram). Maraknya makanan olahan impor yang beredar di Indonesia, dikhawatirkan memicu masyarakat muslim membeli makanan olahan tidak berdasarkan kepada label halal melainkan hanya mempertimbangkan harga produk saja. Untuk itu, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana tanggapan seseorang mengenai label halal dan apakah harga mempengaruhi seseorang dalam membeli produk makanan olahan impor di Kota Metro.

Manfaat teoritis hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai referensi dan literatur kepustakaan terkait dengan kajian mengenai label halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan impor. Adapun manfaat praktis hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan yang dapat digunakan oleh pihak-pihak terkait seperti perusahaan atau produsen, konsumen dan pembaca. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Non Probability*. Jumlah sampel yang digunakan 100 responden yaitu masyarakat muslim Kota Metro. Dengan analisis regresi berganda menggunakan SPSS versi 23 yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel label halal berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel harga berpengaruh positif secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian melalui uji F bahwa label halal dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan impor. Pengaruh ini dijelaskan oleh besarnya tingkat signifikan label halal dan harga sebesar 0,000 lebih kecil < dari 0,1 atau $t_{hitung} > t_{tabel} (21,752) > (2,36)$.

Kata kunci: label halal, harga, dan keputusan pembelian

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Suri Rismawati

NPM : 1903011036

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 23 Mei 2023
Yang Menyatakan



DIAN SURI RISMAWATI
NPM. 1903011036

MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ
لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan...” (QS. Al-Baqarah (2): 168)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini di persembahkan kepada :

1. Kepada Orang tuaku Bapak Tristanto dan Ibu Suratih yang senantiasa memberikan dukungan penuh, baik dukungan moril berupa doa dan motivasi maupun dukungan materil untuk terus melanjutkan pendidikan dan menggapai impian.
2. Kepada saudariku Keyko Nita Innesia Amanda yang senantiasa selalu memberikan doa, semangat dan motivasi.
3. Kepada seluruh anggota keluarga Kakek Parjan dan Kakek Kardiman yang senantiasa member doa, nasehat dan motivasi.
4. Kepada sahabatku tersayang Arya Nugroho, Kholid, Ilham, Nazari, Latif, Agus, Putri Mella, Yuliana, Anggun, Alviatus, ikah, Dini, Daniar, Ingky, Maymunah, Wulan, Indah, dan Indica yang senantiasa memberikan hiburan, semangat dan dukungan.
5. Kepada teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2019 khususnya Ekonomi Syariah kelas D yang telah menguatkan untuk tetap berjuang menyelesaikan pendidikan ini.
6. Kepada para dosen yang telah memberi ilmu dan membimbingku dari awal hingga akhir perkuliahan, khususnya kepada Ibu Rina El Maza, S.H.I.M.S.I, selaku pembimbing akademik dan skripsi dan Bapak Yudistira Ardana, M.E.K selaku kajor Ekonomi Syariah.
7. Almamaterku, Institut Agama Islam Negari (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi diajukan sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metroguna memperoleh gelar sarjana ekonomi.

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj Siti Nurjanah, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Dr. Siti Zulaika, S.Ag.M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Yudistira Ardana, M.E.K, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah
4. Ibu Rina El Maza, S.H.I,M.S.I selaku pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan. Kritik dan saran demi perbaikan proposal ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro 08 Februari 2023

Peneliti.



Dian Suri Rismawati
NPM. 1903011036

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Penelitian.....	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
F. Penelitian Relevan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Teori Labelitas Halal.....	14
1. Pengertian Labelitas Halal	14
2. Landasan Hukum Pencantuman Labelitas Halal.....	15
3. Manfaat dan Tujuan Pencantuman Labelitas Halal	17
4. Indikator Label Halal	17
B. Teori Harga	19
1. Pengertian Harga.....	19

2. Mekanisme Penetapan Harga	19
3. Strategi Harga.....	21
C. Teori Keputusan Pembelian	21
1. Pengertian Keputusan Pembeli	21
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	22
3. Proses Pengambilan Keputusan Pembeli	23
D. Makanan Olahan Impor.....	25
1. Pengertian Makanan Olahan Impor	25
2. Eksistensi Label Halal Pada Olahan Makanan Impor Menurut Undang-undang	26
3. Perizinan BPOM Terhadap Olahan makanan Impor	27
E. Kerangka Berfikir.....	27
F. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Rancangan Penelitian	29
B. Variabel dan Devinisi Oprasional Variabel	30
1. Variabel Penelitian	30
2. Devinisi Oprasional Variabel.....	31
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Sampel.....	31
1. Populasi.....	31
2. Sampel	32
3. Teknik Pengambilan Sampel	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
1. Angket atau kuesioner.....	34
2. Dokumentasi	34
E. Instrumen Penelitian.....	35
1. Rancangan Kisi-kisi Penelitian	36
2. Pengujian Instrumen.....	36
F. Teknis Analisis Data	37
1. Uji Asumsi Klasik.....	37

2. Uji Regresi Berganda	38
3. Koefisien Korelasi (R)	40
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	41
5. Uji Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Karakteristik Responden	43
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
2. Karakteristik Berdasarkan Tempat Tinggal.....	43
3. Karakteristik Berdasarkan Usia	44
4. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan per Bulan	45
B. Hasil Analisis Data.....	46
1. Uji Validitas.....	46
2. Uji Reliabilitas	48
3. Uji Asumsi Klasik	49
4. Uji Regresi Linear Berganda	53
5. Uji Koefisien Determinasi	54
6. Uji Hipotesis	55
C. Hasil Pembahasan	58
1. Labelitas Halal Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
2. Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	59
3. Labelisasi Halal dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Impor Berbagai Makanan Olahan	2
Tabel 1.2 Daftar Produk Makanan Impor Berlabel Halal	7
Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kota Metro Berdasarkan Kecamatan.....	32
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	36
Tabel 4.1 Uji Validitas Label Halal (X1).....	47
Tabel 4.2 Uji Validitas Harga (X2).....	47
Tabel 4.3 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	48
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.5 Hasil Multilinearitas.....	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier berganda	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Koevisien Determinasi	55
Tabel 4.8 Hasil Uji T.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir.....	28
Gambar 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Gambar 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	44
Gambar 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Usia	45
Gambar 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Penghasilan Per-bulan	46
Gambar 4.5 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	50
Gambar 4.6 Grafik Scatterplot	52

DAFTAR LAMPIRAN

1. Jawaban Responden
2. Tabel r
3. Tabel t
4. Table F
5. Surat Keterangan Pembimbing
6. Surat Izin Pra survey
7. Surat Tugas
8. Surat Izin Research
9. Alat Pengumpul Data
10. Outline
11. Formulir Konsultasi Bimbingan
12. Uji Turnitin
13. Dokumentasi
14. Riwayat Hidup

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap tahunnya jumlah penduduk Indonesia akan terus meningkat, hal tersebut dapat memicu konsumsi masyarakat yang semakin tinggi, kemudian akan mendorong Indonesia melakukan impor barang konsumsi guna memenuhi kebutuhan pangan masyarakatnya.¹ Besarnya kebutuhan akan produk makanan dan minuman di Indonesia menyebabkan banyaknya produk makanan dari luar yang masuk ke Indonesia menyebabkan konsumen harus lebih selektif dalam memilih produk makanan dan minuman yang akan mereka konsumsi.²

Generasi milenial atau generasi digital native, yaitu generasi yang tumbuh dalam lingkungan yang serba digital. Menurut Hilman Fajrian millenial bersifat optimis, *goal oriented*, independen, penuh harapan, terobsesi pada kesuksesan, percaya diri, mementingkan gaya hidup dan tergantung pada teknologi 58% millenial suka berbelanja, 65% suka kuliner dan 20%, gemar traveling.³ Pesatnya perkembangan informasi di era globalisasi menyebabkan meningkatnya minat konsumen untuk membeli produk impor. Karena tingginya minat terhadap barang-barang impor, barang-barang impor mulai membanjiri pasar domestik. Dengan kemasan yang menarik, citra produk

¹ Vivi Yunistasari dan Moch Khoirul Anwar, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya" *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.2, No.1. Tahun 2019, 50.

²Harley Davidson, Suwanto, Durotun Nasikah, "Pengaruh Country Of Origin Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Import Di Kota Metro," *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, Vol. 2, No. 2, 2021, 62.

³ Lucky Radi Rinandiyana dkk, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Oleh Lucky Radi Rinandiyana dkk, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Oleh Generasi Milenial Pada Industri Kuliner Di Kota Tasikmalaya", *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol. 3, No.1 (Mei 2017), 18. Generasi Milenial Pada Industri Kuliner Di Kota Tasikmalaya", *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol. 3, No.1 (Mei 2017), 18.

impor sebagai harga bersaing yang baik untuk produk lokal, dan strategi pemasaran yang baik, permintaan konsumen terhadap produk impor semakin meningkat.

Tabel 1.1
Perkembangan Impor Berbagai Makanan Olahan
Periode: 2017-2021 (Nilai : Juta US\$)

No	Tahun	Impor
1	2017	14,075.00
2	2018	17,181.40
3	2019	16,454.00
4	2020	14,655.70
5	2021	20,128.80

*Sumber: BPS, diolah Pusat Data dan Sistem Informasi,
Kementerian Perdagangan, 2022.*

Dari tabel diatas dapat terlihat bahwasanya produk impor dari tahun 2020-2021 terjadi peningkatan yang sangat tinggi dari angka 14,655.70.US\$ meningkat menjadi 20,128.80.US\$. Masyarakat Indonesia kerap kali membeli produk-produk impor dikarenakan desakan kebutuhan atau hanya untuk gaya hidup semata. Berdasarkan dari penelitian terdahulu bnyak faktor yang mempengaruhi masyarakat Indonesia mengkonsumsi makanan dan minuman impor, berikut beberapa hasil dari penelitian terdahulu mengenai sikap konsumen terhadap makanan dan minuman impor. Banyak sekali faktor yang mempengaruhi masyarakat Indonesia untuk membeli produk-produk impor, seperti salah satu penelitian yang di lakukan oleh salah satu mahasiswa di Ponorogo. Dalam penelitian tersebut telah di simpulkan bahwas para

mahasiswa di Ponorogo dalam membeli produk makanan impor tetap memperhatikan labelitas halal..⁴

Label adalah bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualannya. Sedangkan label halal merupakan salah satu informasi yang dicantumkan pada produksi makanan oleh produsen untuk mengetahui apakah produk yang dihasilkan benar kehalalannya atau keharamannya.⁵ Dalam pasal 10 ayat (1) Peraturan Pemerintah nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan menyatakan bahwa: “Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label”.⁶

Selain label halal, salah satu persoalan konsumen dalam memilih produk adalah harga dari produk itu sendiri. Harga juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian pada produk. Dimana harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

⁴Gilang Pandega Mulasakti1 dan Fuad Mas’ud,”Faktor Penentu Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Impor Berlabel Halal”,*Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.6, No.02, Tahun 2020, 294-303.

⁵ M. Erick Fernando Anosa, “Penerbitan Label Halal Pada Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Prinsip Hukum Islam Di Bandar Lampung” Skripsi Universitas Lampung (2018), hlm. 15-16

⁶ Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan, Pasal 10 Ayat (1)

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadikan tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan target pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar semakin meningkat.

Dalam sebuah penelitian lainnya telah mengambil 100 sampel konsumen makanan impor di sebuah daerah yaitu di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis. 74% konsumen makanan dan minuman impor di Kecamatan Bengkalis sangat memperhatikan label halal pada kemasan makanan impor. Mereka beralasan dengan mengkonsumsi makanan yang telah berlabel halal maka keamanan makanan atau minuman telah terjamin kehalalannya dan juga terhindar dari bahan-bahan berbahaya. Akan tetapi sebagian konsumen makanan impor masih ada yang membeli makanan atau minuman impor yang tidak berlabel halal di karenakan kurangnya pengetahuan serta informasi yang di dapatkan. Dan tidak hanya itu, ada juga yang tidak begitu memperhatikan label pada kemasan makanan impor, hanya mementingkan cita rasa dan tehasut oleh iklan di media sosial.⁷

Ada banyak faktor yang mempengaruhi seseorang mengkonsumsi makanan atau minuman impor, seperti penelitian yang di lakukan oleh

⁷ Iis Sutardi, "Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syariah Di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis", *Jurnal Ekonomi Kita*, Vol.8, No.1, Tahun 2019, hlm. 77-88

mahasiswi Unikom Bandung bahwa gaya hidup juga sangat berpengaruh terhadap pembelian produk makanan atau minuman impor, terbukti dari penelitian tersebut bahwasanya mahasiswa dan mahasiswi Unikom Bandung mengkonsumsi mie samyang di karenakan mengikuti tren makanan yang sedang viral di media sosial. Sehingga kaum milenial membeli produk yang sama karena tidak ingin ketinggalan trend an membuat instastory di media sosial pribadi mereka.⁸

hasil pra survei melalui wawancara dengan beberapa orang masyarakat kota Metro, mereka tertarik untuk membeli produk makanan impor karena melihat berbagai review di sosial media dan tergiur untuk membeli dan mencoba, ada juga yang melakukan pembelian produk makanan impor karena sekedar ingin coba karena sedang trend. Lalu beberapa orang mengatakan jika produk makanan impor berkualitas baik dan memiliki cita rasa yang nikmat dengan harga yang bersahabat. Ada juga yang tertarik untuk membeli karena produk buatan luar negeri, namun tetap memiliki label halal. Menurut Kotler dan Amstrong mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk.⁹

Seperti ini yang diungkapkan Sasa salah satu sisiwi SMK saat saya wawancara mengenai makanan dan minuman impor, “Saya dan teman-teman saya sering membeli makanan impor di supermarket terdekat, seperti mie

⁸ Neni Nurul Nurjanah, Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Suatu Survey Konsumen Mie Samyang Pada Borma Dago Di Kota Bandung), (Skripsi, Universitas Komputer Indonesia Bandung 2020)

⁹ Usman Efendi, Psikologi Konsumen, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), hlm.72.

samyang contohnya.”Ia membeli makanan impor jenis mie samyang karena sering melihat *food floger* asal korea. Mereka tidak begitu memperhatikan label halal, karena mereka berpendapat bahwa segala produk yang telah masuk di supermarket tanda sudah pasti berlabel halal.¹⁰ Namun saya mendapatkan jawaban lain saat mewawancarai Isabella seorang mahasiswi IAIN Metro Jurusan PGMI semester 5,” Walaupun saya membeli barang makanan impor di online shoop saya akan tetap memperhatikan label halal ataupun BPOM, karena saya khawatir makanan yang saya konsumsi mengandung bahan berbahaya apalagi terkandung babi dan semacamnya.” Ujarnya.¹¹

Bayak persepsi orang yang berbeda-beda mengenai pandangan terkait makanan impor, ada yang sangat memperhatikan label ada juga yang kurang peduli, namun tidak sedikit juga yang tetap membeli makanan tidak berlabel halal hanya karena temakan iklan ataupun dengan harga murah. Seperti pernyataan dari Daniar seorang mahasiswi jurusan Akutansi Syariah semester 7, saat saya Tanya mana yang lebih penting antara label dan harga? Ia mengatakan “ saya lebih memilih harga di banding dengan label jika produk makanan local. Akan tetapi jika makanan impor saya lebih memilih makanan yang berlabel halal karena takut ada narkoba dan bahan bahaya lainnya.” Karena sebagian besar masyarakat kota metro adalah beragama muslim maka dengan adanya label halal mereka tidak ragu lagi dan tidak takut di dalam makanan tersebut mengandung zat-zat yang haram.¹²”Seharusnya untuk menghindari hal-hal yang tidak di inginkan mengenai bahaya mengkonsumsi

¹⁰Wawancara, Sisiwi SMK 1 Kota Metro, Selasa 14 Desember 2022.

¹¹Wawancara mahasiswi jurusan PGMI semester 5 IAIN Metro, Selasa 14 Desember 2022.

¹² Wawancara mahasiswi jurusan Akutansi semester 7 IAIN Metro, Selasa 15 Desember 2022

makanan impor tidak berlabel halal pemerintah harus lebih memperhatikan makanan yang masuk keindonesia dan harus memiliki label halal, kemudian kita sebagai mahasiswa harus banyak mengedukasi orang-orang terdekat agar informasi mengenai pentingnya label halal pada kemasan.”Ujar Arya mahasiswa Ekonomi syariah IAIN Metro.¹³

Tabel 1.2
Daftar Produk Makanan Impor dalam Kemasan
yang Memiliki Label Halal

No	Nama Produk	No. Sertifikat	Asal Negara	Harga	Status
1	Apollo 1010 Milk Wafer Cream/Wafer Salut	100067830114	Malaysia	Rp.3.300	Berlabel Halal
2	Cadbury Dairy Milk Caramello	00110068180214	Malaysia	Rp.16.700	Berlabel Halal
3	Dairy Champ	00040079411116	Malaysia	Rp.27.000	Berlabel Halal
4	Delfi Cha-cha minis	00110040600606	Singapore	Rp.9.400	Berlabel Halal
5	Glico Pocky Chocolate	00100078150816	Thailand	Rp.8.400	Berlabel Halal
6	Glico Pocky Cookie & Cream	00100078150816	Thailand	Rp. 8.400	Berlabel Halal
7	Glico Pocky Double Choco	00100078150816	Thailand	Rp. 8.400	Berlabel Halal
8	Glico Pocky Matcha	00100078150816	Thailand	Rp. 8.400	Berlabel Halal
9	Glico Pocky Strawberry	00100078150816	Thailand	Rp. 8.400	Berlabel Halal
10	Lotte Choco Pie Keik Mashmellow	002005779014	Korea	Rp.14.500	Berlabel Halal
11	Naraya Oat Choco Chocolate	120067960114	Malaysia	Rp.37.700	Berlabel Halal
12	Nestle Honey Star	00190019790402	Malaysia	Rp.23.000	Berlabel Halal
13	Nestle Kit Kat (Finger)	00110020380502	Malaysia	Rp.29.000	Berlabel Halal
14	Nestle Kit Kat Bites Green tea	00110020380502	Malaysia	Rp.2.500	Berlabel Halal
15	Nestle Kit Kat Tablet Hazelnut	00110020380502	Malaysia	Rp.2.500	Berlabel Halal
16	Nestle Milo	00040030590704	Singapore	Rp.85.000	Berlabel Halal
17	Ollate Apple Can	00120090650918	Korea	Rp.11.400	Berlabel

¹³ Wawancara mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah semester 7 IAIN Metro, Selasa 15 Desember 2022

					Halal
18	Ollate Peach Can	00120090650918	Korea	Rp.12.000	Berlabel Halal
19	Ollate Pear (original) Can	00120090650918	Korea	Rp. 12.000	Berlabel Halal
20	Oran C Calamansi Can	00120090650918	Korea	Rp.6.700	Berlabel Halal
21	Oran C Orange Can	00120090650918	Korea	Rp. 6.700	Berlabel Halal
22	Oran C Pinapple Can	00120090650918	Korea	Rp. 6.700	Berlabel Halal
23	Ovaltine Fen For UHT	00120048951105	Thailand	Rp. 6.700	Berlabel Halal
24	Ovaltine Fen For UHT	00120048951105	Thailand	Rp.21.000	Berlabel Halal
25	Ovaltine Flake	00120048951105	Thailand	Rp. 21.000	Berlabel Halal
26	Potato Noodle Soup	0090089300618	Cina	Rp. 21.000	Berlabel Halal
27	Pringles Bites American Style Sour Cream & Union	0010097280719	Malaysia	Rp.12.400	Berlabel Halal
28	Pringles Bites British Style Cheesy Cheese	0010097280719	Malaysia	Rp.11.000	Berlabel Halal
29	Pringles Potato Crips Hot And Spicy	0010097280719	Malaysia	Rp.11.000	Berlabel Halal
30	Samyang Green Buldak Noodle	00090084950917	Korea	Rp.20.100	Berlabel Halal
31	Seafood bulgogi flafor	008900089380618	Cina	Rp.13.000	Berlabel Halal
32	Samyang Green Hot Chicken Ramen Cheese	00090084950917	Korea	Rp.25.000	Berlabel Halal
33	Starway Soya Chocolate	120084450817	Malaysia	Rp.14.000	Berlabel Halal

Sumber : Survei Pra-riset

Tabel di atas merupakan daftar makanan atau minuman impor yang ada di super market PB Swalayan dan Candra. Banyak jenis makanan atau minuman yang ada di sana sehingga menuntut kita agar lebih teliti dalam memilih dan memilah produk makanan dan minuman yang aman untuk di konsumsi dan juga harus selalu mengecek label halal pada kemasan. Label halal sangat berguna untuk memberikan informasi yang jelas serta dapat menjamin keamanan bagi konsumen.

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas serta disertai bukti ilmiah yang konkrit mengenai bagaimana pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen (kategori masyarakat muslim) terhadap suatu produk impor. Kota Metro memiliki penduduk yang mayoritas beragama islam, menjadikan Kota Metro tepat untuk dijadikan sebagai objek penelitian, sedangkan populasi yang diambil adalah masyarakat Kota Metro. Dari latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Labelitas Halal Dan Harga Pada Makanan Olahan Impor Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Metro”.

B. Identifikasi Masalah

Makanan impor telah banyak menyebar di Indonesia termasuk di pasar swalayan, dalam penelitian ini apakah dapat menjelaskan bahwasannya label halal dan harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terutama konsumen yang berada di sekitar wilayah kota metro. Dan manakah yang lebih mempengaruhi peningkatan penjualan antara harga dan label halal?

C. Batasan Masalah

Agar pembahasan ini lebih terarah, dan tidak ada perluasan yang tidak fokus pada rumusan masalah, maka penulis merasa perlu untuk memberikan batasan masalah sebagai berikut: Penelitian ini dilakukan di supermarket yaitu PB Swalayan yang berada di 15Akota Metro dan Candra di Kota Metro

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah label halal berpengaruh secara persial keputusan pembelian produk olahan impor?
2. Apakah harga berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian produk olahan impor?
3. Apakah label halal dan harga berpengaruh secara simultan terhadap produk olahan impor?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

- a. Untuk menganalisis tentang pengaruh labelitas halal terhadap keputusan pembeli sehingga pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas yaitu menjamin kehalalan produk miliknya.
- b. Untuk mengkaji bahwa harga dapat mempengaruhi dalam keputusan pembelian produk atau tidak.
- c. Dalam penelitian ini dapat menela'ah mana yang lebih penting antara harga dan labelitas halal.

2. Manfaat

- a. Bagi pemilik usaha penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengkaji apa yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat lebih berfokus kedalam hal tersebut

- b. Bagi para akademis hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai evaluasi dan informasi guna menciptakan kemampuan pemahaman mengenai labelisasi halal, harga dan keputusan pembelian.
- c. Bagi penulis penelitian ini berguna sebagai syarat akademis untuk menyelesaikan strata 1 jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

F. Penelitian Relevan

Penelitian relevan adalah uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*Proir research*) tentang persoalan yang di kaji.¹⁴ Bedasarkan Penelusuran yang peneliti lakukan menemukan beberapa karya ilmiah yang terkait dengan pembahasan penelitian yaitu:

Menurut penelitian Rani Robbiyati yang berjudul Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal) menyimpulkan bahwa Variabel labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Pengaruh yang ditimbulkan sebesar 30,4% hasil tersebut diperoleh dari nilai R square. Sedangkan sisanya sebesar 69,6% menggambarkan variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini. Pada penelitian terdahulu dan peneltiian memiliki kesamaan yaitu membahas pengaruh labelitas halal pada produk makanan impor terhadap keputusan pembelian, Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Rani Robbiyanti, terletak pada variabelnya. Penelitian terdahulu hanya

¹⁴Zuhairi et al."Pedoman Penulisan Karya Ilmiah".(Jakart;Rajawali Pers,2016),hal.39

menggunakan variabel Label halal sedangkan penelitian ini menggunakan variabel labelitas halal dan harga.¹⁵

Penelitian Harley Davidson yang berjudul Pengaruh *Country Of Origin* Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Import Di Kota Metro. Kombinasi dari pertimbangan country of origin dan labelisasi halal harus menjadi perhatian dari produsen yang akan memasarkan produknya di Indonesia. Dalam penelitian ini dan penelitian terdahulu sama-sama memiliki dua variabel X, akan tetapi terdapat perbedaan antara keduanya. Penelitian terdahulu menganalisis tentang *Country Of Origin* Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Import.¹⁶ Sedangkan pada penelitian ini menganalisis tentang pengaruh labelitas halal dan harga pada kemasan olahan makanan impor.

Penelitian pada tahun 2018 yang di lakukan oleh Dwi Edi Wibowo yang berjudul Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan, (Indonesia) menyimpulkan bahwa Labelisasi halal dan harga mempunyai hubungan dan secara serentak (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan. Tingkat kesadaran akan kehalalan produk makanan dan harga yang terjangkau ditunjukkan dengan adanya pengaruh label halal dan harga dengan keputusan

¹⁵ Rani Robbiyanti,” Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal).”(Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru 2021)

¹⁶Herlly Davinson,” Pengaruh Country Of Origin Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Import Di Kota Metro”.(Skripsi, IAIN Metro,2021)

membeli produk makanan.¹⁷ Pada penelitian terdahulu menganalisis mengenai produk makanan di kota metro sedangkan pada penelitian terbaru menganalisis tentang produk makanan olahan khusus impor, akan tetapi sama membahas tentang labelitas halal terhadap keputusan pembelian.

Kemudian hasil penelitian dari Vivi Yunitasari yang berjudul Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya menyatakan label halal memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk makanan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Terjadinya pengaruh tersebut dikarenakan semakin tingginya pemahaman mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya tentang pentingnya label halal di setiap makanan kemasan.¹⁸ Penelitian terdahulu dan saat ini memiliki kesamaan yaitu membahas tentang pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian makanan impor, yang menjadi pembeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada variabel harga. Pada penelitian terdahulu tidak menganalisis mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

¹⁷ Dwi Edi Wibowo, "Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan, (Indonesia)", (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Semarang 2018).

¹⁸ Vivi Yunitasari, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya". (Skripsi, Universitas Negeri Surabaya, 2019).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Labelitas Halal

1. Pengertian Labelitas Halal

Menurut Undang-undang nomer 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal menyebutkan bahwa yang di maksud dengan label halal adalah tanda kehalalan suatu produk.¹ Labelisasi Halal adalah pencantuman dalam bentuk tulisan atau pernyataan halal pada suatu kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang di maksud berstatus sebagai produk halal.²

Menurut peneliti labelisasi halal adalah sebuah pencantuman baik itu berupa gambar atau tulisan pada suatu kemasan produk sebagai informasi bawa produk tersebut sudah halal untuk di konsumsi. labelisasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri dalam rangka meningkatkan pendapatan Nasional.³ Perkembangan pengaturan Jaminan Produk Halal pada dasarnya akan senantiasa sejalan dengan perkembangan pengaturan labelisasi pada produk pangan, karena melalui aspek labelisasi tersebutlah konsumen

¹ Tengku Putri Lindung Bulan, "Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder joy pada Masyarakat Kota Langsa", *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2, 2017.731

² Siti Rohamah, "Pengaruh Labelisasi Halal dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Kosmetik", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 4, No. 3.2021, 596

³ Kamilah, Ghina, and Aniek Wahyuati. "Pengaruh Labelisasi Halal Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, Vol. 6, No. 2, 2017.

dapat mengetahui kondisi halal atau tidaknya suatu produk yang akan dibeli dan dikonsumsi. Dalam label pangan, ketentuan UU Pangan No. 18 Tahun 2012 Pasal 97 ayat (3), mengatur bahwa label sekurang-kurangnya memuat:⁴

- a. Nama produk
- b. Daftar bahan yang digunakan
- c. Berat bersih atau isi bersih
- d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor
- e. Halal bagi yang dipersyaratkan
- f. Tanggal dan kode produksi
- g. Tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa
- h. Nomor izin edar bagi pangan olahan, dan
- i. Asal usul bahan Pangan tertentu.

2. Landasan Hukum Pencantuman Labelitas Halal

Landasan hukum pencantuman label halal terdapat di dalam Al-Qur'an dan juga pada peraturan pemerintah. Dalam Al-Qur'an, Allah memerintahkan agar manusia mengonsumsi makanan dan minuman yang sifatnya *halalan dan thayyiban*.

Allah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah (2:168) :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

⁴Lahaling, Hijrah, Kindom Makkulawuzar, and Singkeru Rukka."Hakikat Labelisasi Halal terhadap Perlindungan Konsumen di Indonesia." *Hasanuddin Law Review*, Vol. 1, No .2, 2019, 282-294.

Artinya:”Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.⁵

Adapun regulasi yang terkait dengan pentingnya aspek halal suatu produk yaitu Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Pangan halal diantaranya: Pasal 1 ayat 3 adalah “Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan kedalam, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan, yang selanjutnya dalam Peraturan Pemerintah ini disebut Label.”⁶

Pasal 1 ayat 5 adalah: “Pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan, yang pengeloannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum Islam.”⁷

3. Manfaat dan Tujuan Pencantuman Labelitas Halal

Saat ini Indonesia sudah memiliki Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal (JPH).Artinya, setelah UU ini efektif berlaku, maka semua produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia

⁵ Departemen Agama RI, Al’Qur-an dan Terjemahan, h. 26

⁶Republik Indonesia, “Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 Tahun 1999”, Tentang Label dan Iklan Pangan, 1999.

⁷ Fadlun Nabila Bachdar,Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Di Jumbo Pasar Swalayan Kota Manado,(Skripsi,Institut Agama Islam Negeri (Iain) Manado, 2020),11.

wajib bersertifikat halal. Jenis produk tersebut adalah yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik serta barang konsumsi yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. UUJPH telah disahkan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 17 Oktober 2014, yang berbentuk UU No. 33 Tahun 2014. Sertifikat dan label halal bukan hanya merupakan suatu bentuk perlindungan bagi konsumen dalam negeri yang sebentar lagi menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), tapi juga sebagai penambah daya saing produsen dan eksportir produk halal Indonesia di pasar internasional. Di Indonesia.⁸

4. Indikator Label Halal

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 (dalam Utami, 2013), indikator label halal adalah:

- a. Gambar Merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan dan sebagainya) 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).

⁸ Kementrian Perdagangan Indonesia, "Warta Ekspor Hidup Sehat Dengan Produk Halal", (Ditjen PEN/WRT/56/VII/2015), hlm.9

Pengukuran Label Halal dalam penelitian ini menggunakan indikator sebagai berikut⁹ :

- 1) Pengetahuan, merupakan informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki yang lantas melekat di benak seseorang.
- 2) Kepercayaan, merupakan suatu keadaan psikologis pada saat seseorang menganggap suatu premis benar. Atau dapat juga berarti anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata.
- 3) Penilaian terhadap labelisasi halal, merupakan proses, cara, perbuatan menilai, pemberian nilai yang diberikan terhadap labelisasi halal.

Label yang memiliki kegunaan untuk memberikan masyarakat informasi yang benar, jelas dan lengkap baik. Dengan adanya label konsumen akan memperoleh informasi yang benar, jelas dan baik mengenai kuantitas, isi, kualitas mengenai barang atau jasa beredar dan dapat menentukan pilihan sebelum membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa.

⁹ Shinta Dewi Putri, "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Mini Market Mutiara Indah Talang Kelapa Palembang)", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)* Vol. 2, No. 1 Maret 2022,22.

B. Teori Harga

1. Pengertian Harga

Menurut Philip Kotler, Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan, ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya.¹⁰

2. Mekanisme Penetapan Harga

Di dalam agama Islam metode penetapan harga juga menggunakan beberapa metode. Sebagaimana dikatakan Muhammad dalam bukunya: Penentuan harga pada sebuah kontrak yang menghasilkan keuntungan pasti (*natural certainty contract*)¹¹ Berikut beberapa metode dalam penentuan harga menurut Mulyadi¹²:

a. Penentuan Harga Normal (*normal pricing*).

Dalam keadaan normal, harga jual ditentukan atas biaya penuh masa yang akan datang dan ditambahkan atas laba yang diharapkan.

Penentuan harga jual normal biasa disebut dengan *cost-plus pricing*,

¹⁰Kotler.*Manajemen Pemasaran*, edisi ke-11, Jilid 2, (Jakarta : Gramedia, 2015), 139.

¹¹ D. Sabni Hartato, Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Pada Rumah Makan Rahman Di Depan Rs.M. Yunus Bengkulu), (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu Bengkulu 2021).40-41

¹² Helny Melynda Astriani Meroekh, "Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Di Kupang)", *Journal Of Management*, Vol. 7, No. 2, 2018.188-189

taksiran biaya penuh dapat dilakukan dengan dua pendekatan yaitu *Full costing* dan *Variable costing*

b. Kontrak Pembuatan Produk atau Jasa (*Cost Type Contract*).

Kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut.

c. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*special order pricing*).

Pesanan diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler perusahaan. Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Pesanan khusus adalah diperkirakan tidak hanya mengeluarkan biaya variabel saja, namun merupakan biaya tetap, karena harus beroperasi diatas kapasitas yang telah tersedia.

d. Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan.

Penentuan harga jual dan bahan ini pada dasarnya merupakan *cost-plus pricing*. Harga jual ditentukan sebesar harga jual perbuah dan ditambah laba yang diharapkan. Metode harga jual seperti ini digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dok kapal, dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi dan bahan, dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa.

3. Strategi Harga

Didalam persaingan yang ketat diferensiasi produk dan juga harga sangatlah penting, mengingat banyaknya ragam produk yang ditawarkan saat ini. Diferensiasi produk dan harga yang bertujuan memanjakan konsumen dan memuat konsumen loyal terhadap suatu merek merupakan hal yang saat ini harus lebih diperhartikan dalam kedepannya. Diferensiasi dalam produk dapat berupa rasa kemasan atau juga bisa kualitas dari produk itu sendiri. Sedangkan elemen dari harga dapat berupa diskon atau potongan harga. Karena memiliki konsumen yang loyal pada suatu merek merupakan aset yang sangat besar bagi suatu perusahaan¹³. Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Enos Korowa, ada empat indikator yang harga yaitu¹⁴:

- a. Keterjangkauan harga, yaitu konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
- c. Daya saing harga, konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya harga suatu

¹³ Mariza Shabastian, , dan Prof.Dr. Hatane Samuel, "Pengaruh Strategi Harga dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty di Tator Café Surabaya Town Square", *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 1, 2019, hlm.1

¹⁴ Enos Korowa, "Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)", *Jurnal Administrasi Bisnis* ,Vol. 6 No. 3 Tahun 2018, 30.

produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

- d. Kesesuaian harga dengan manfaat, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen dari produk yang dibeli

C. Teori Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembeli

Menurut Schiffman dan Kanuk mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki alternatif.¹⁵ Sedangkan menurut Kotler, keputusan pembelian adalah preferensi yang dibentuk oleh pelanggan atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Pelanggan tersebut juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai.¹⁶ Menurut analisa peneliti, keputusan pembelian adalah suatu tindakan yang diambil oleh konsumen atas beberapa pilihan barang yang menurutnya sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya.

2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Adapun yang menjadi faktor-faktor keputusan pembelian yang dipertimbangkan peneliti adalah:¹⁷

¹⁵Rani Robbiyati ” Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal)”. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbar 2021), 51.

¹⁶ Bintang Jalasena A. dan Sri Setio Iriani, “Pengaruh Gaya Hidup dan kelompok Acuan Terhadap keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 6 No.2.2019, 141

¹⁷ Dedy Ansari Harahap” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan”, *Jurnal Keuangan dan Bisnis* Vol. 7, No. 3, November 2019, hlm.228

- a. Lokasi merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan sebuah usaha karena mempengaruhi biaya usaha. Lokasi usaha harus dipertimbangkan dengan sebaik mungkin. Jika perusahaan salah dalam memilih lokasi, maka perusahaan akan menanggung resiko berupa kerugian atau tidak tercapai sasaran dan tujuan yang diinginkan oleh perusahaan.
- b. Kualitas produk Kualitas produk bagi konsumen dapat dijadikan penentu dalam pemilihan membeli barang sebelum membeli. Kualitas produk pada makanan tidak hanya pada cita rasa yang enak, akan tetapi pada jaminan produk juga, seperti pada kemasan memiliki tampilan yang menarik serta kelengkapan pencantuman komposisi dan yang terpenting adalah label halal / logo halal.
- c. Faktor ketiga selain kualitas adalah kelengkapan produk. Setiap konsumen menginginkan barang yang lengkap ketika konsumen memasuki satu tempat belanja. Kalau memang ada, konsumen menginginkan satu tempat belanja yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya secara sekaligus untuk berbagai jenis barang atau jasa. Konsumen selalu ingin efisien. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan memperhatikan lebar dan kedalaman produk, kualitas dan lengkap karena menyediakan produk yang lengkap adalah penting sebab adanya kecenderungan dalam diri konsumen yang menghendaki barang-barang bersifat substitusi dan komplementer, sehingga dengan lengkapnya produk tersebut, konsumen dapat leluasa memilih apa yang menjadi kebutuhannya karena apa yang dibutuhkan konsumen sudah tersedia di satu tempat belanja tersebut.

- d. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga dapat menjadi indikator kualitas produk. Konsumen biasanya mengidentikkan harga produk yang mahal dengan kualitas yang baik dan apabila harga produk murah, maka konsumen meragukan kualitasnya. Ketika seseorang berbelanja, hal awal yang sering diperhatikan adalah harga, disusul dengan beberapa faktor lain. Penetapan harga pada suatu produk haruslah sesuai dan wajar. Tingginya harga yang ditawarkan harus sesuai dengan manfaat yang akan diterima oleh konsumen yang mengkonsumsinya.

3. Indikator Keputusan Pembeli

Indikator-indikator dalam keputusan pembelian menurut Kotler dari peneliti Nurul Fajrina adalah sebagai berikut:¹⁸

a. Pengenalan Masalah

Pengenalan masalah merupakan tahap pertama dari proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen mengenali satu masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan nyata dengan keadaan yang diinginkan. Jika konsumen telah menemukan suatu masalah atau kebutuhannya, konsumen akan termotivasi untuk memilih produk tertentu.

b. Pencarian Informasi

Pencarian informasi (*information search*) merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen

¹⁸ Nurul Fajrina, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh),(Sripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2020 M / 1441 H), 36.

telah tertarik untuk mencari lebih banyak informasi. Dalam hal ini, konsumen mungkin hanya akan meningkatkan perhatian atau aktif mencari informasi.

c. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian sampai konsumen benar-benar membeli produk. Pada umumnya keputusan pembelian konsumen (*purchase decision*) adalah pembelian merek yang paling disukai.

d. Perilaku Pasca Pembelian

Perilaku pascapembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan keuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan. Hubungan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan dari produk merupakan faktor yang menentukan apakah pembeli puas atau tidak. Jika produk gagal memenuhi harapan, konsumen akan kecewa; jika harapan terpenuhi, konsumen akan puas; jika harapan terlampaui, konsumen akan sangat puas.

D. Makanan Olahan Impor

1. Pengertian Makanan Olahan Impor

Secara etimologi makanan adalah memasukkan sesuatu melalui mulut.

Dalam bahasa Arab makanan berasal dari kata *ath-tha'am* dan jamaknya *alath'imah* yang artinya makan-makanan.¹⁹ Sedangkan dalam Ensiklopedi

¹⁹ Ricky Prabowo, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prosedur Pengajuan Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Olahan Keripik Pisang (Studi pada Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-

Hukum Islam yaitu segala sesuatu yang dimakan oleh manusia, sesuatu yang menghilangkan lapar. Menurut Susilo impor bisa diartikan sebagai kegiatan memasukkan barang dari suatu negara (luar Negeri) ke dalam wilayah pabean negara lain. Pengertian ini memiliki arti bahwa kegiatan impor berarti melibatkan dua negara. Dalam hal ini bisa diwakili oleh kepentingan dua perusahaan antar dua negara tersebut, yang berbeda dan pastinya juga peraturan serta bertindak sebagai supplier dan satunya bertindak sebagai negara penerima. Impor adalah membeli barang-barang dari luar negeri sesuai dengan ketentuan pemerintah yang dibayar dengan menggunakan valuta asing.²⁰ Salah satu barang yang diimpor ke Indonesia adalah produk makanan olahan. Menurut Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 tentang pangan, Pangan Olahan adalah makanan atau minuman hasil proses dengan cara atau metode tertentu dengan atau tanpa bahan tambahan.²¹

2. Eksistensi Label Halal Pada Olahan Makanan Impor Menurut Undang-undang

Kewajiban untuk mencantumkan label halal pada makanan impor telah diatur dalam undang-undang Nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal tepatnya pada pasal 4, namun pada kenyataan masih ada pelaku usaha atau importir yang tidak memenuhi peraturan tersebut dan tetap mengedarkan makanan impor tidak berlabel halal kepada masyarakat sehingga eksistensi atau keberadaan label. Halal ini masih dianggap remeh

Obatan dan Kosmetika) Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) Provinsi Lampung.”(Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2018), 43.

²⁰Dwi Sinta Anggraini.”Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Sts Jambi)”,(Skripsi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi 1441 H/2020 M).55

²¹ Undang-undang No. 18 Tahun 2012 tentang Pangan

dan tidak memikirkan keselamatan masyarakat pemberian sertifikat halal pada kemasan produk adalah untuk memberikan informasi yang benar kepada masyarakat mengenai asal-usul dan bahan-bahan yang terkandung dalam pembuatan produk olahan tersebut. Selain itu pemberian label halal pada produk kemasan adalah untuk memberikan perlindungan kepada konsumen muslim agar terhindar dari makanan yang tidak halal dan untuk memudahkan konsumen muslim dalam memilih produk yang halal dan baik untuk kesehatan di Indonesia sendiri yang mayoritas penduduk muslim sudah sewajarnya jika setiap produk pangan yang masuk ke wilayah Indonesia wajib bersertifikat dan label. Halal karena umat muslim berhak mendapat perlindungan dari negaranya sendiri sertifikasi halal juga berguna untuk menaikkan nilai jual harga produk dan semakin diminati oleh konsumen.²²

3. Perizinan BPOM Terhadap Olahan makanan Impor

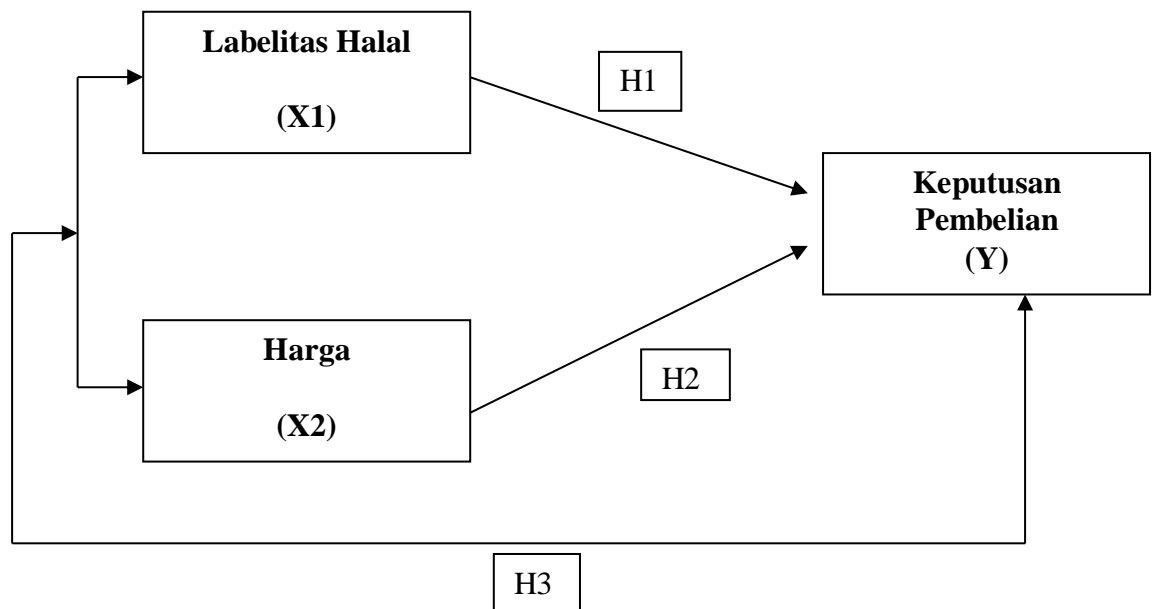
Izin Edar merupakan hal yang wajib dimiliki oleh setiap produk pangan olahan yang beredar di Indonesia. Hal ini termaktub dalam Peraturan Kepala Badan POM No. 27 Tahun 2017 tentang Pendaftaran Pangan Olahan yang menyatakan bahwa setiap pangan olahan baik yang diproduksi di dalam negeri atau yang diimpor untuk diperdagangkan dalam kemasan eceran wajib memiliki izin edar. Di Indonesia, instansi yang berwenang mengeluarkan izin edar pangan olahan adalah Dinas Kesehatan dan Badan POM. Untuk pendaftaran perizinan BPOM makanan dan minuman untuk seluruh wilayah Indonesia ditangani langsung oleh Direktorat Penilaian Keamanan Pangan, Badan POM.

²²Nur Fadililah, "Eksistensi Pencantuman Label Halal Pada Makanan Impor Menurut Pasal 4 Undang-Undang Nomer 33 Tahun 2014 Dan Fiqih Muamalah"(Skripsi Universitas Islam Negri Maulana Malik Ibrahim Malang 2020), hlm.88

E. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah hal inti yang di perlu di kemukan yaitu hubungan antar variabel yang diteliti. Kerangka berfikir peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Berfikir



F. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini adalah:

H1 : Diduga ada pengaruh labelisasi halal secara parsial terhadap keputusan pembelian

H2 : Di Duga ada pengaruh Harga secara parsial terhadap keputusan pembelian

H3 : Diduga variabel labelisasi halal dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Dalam sebuah penelitian perlu dilakukan rancangan penelitian yaitu yang memuat jenis dan sifat penelitian. Jenis penelitian yang akan digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.¹

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat asosiatif kasual. Penelitian asosiatif kasual adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab dan akibat antara dua variabel atau lebih.² Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mencari ada atau tidaknya pengaruh labelitas halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan impor di Kota Metro dan membandingkan lebih berpengaruh labelitas halal pada kemasan atau harga sebuah produk dalam keputusan pembelian.

¹ Ratna Wijayanti Daniar Paramita,dkk.” *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*”(Jawa Timur :Widya Gama Press Stie Widya Gama Lumajang Anggota Asosiasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (Appti) edisi tiga tahun 2021),10

² Aisyah A Rahman dan Susi Yanti,” Pengaruh Gaya Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPS Terpadu Di Kelas VII SMP Negeri 1 Peudada”, *Jurnal Pendidikan Al-Muslim*, Vol.4, No.2. 2016.2-3

B. Variabel dan Devinisi Oprasional Variabel

1. Variabel Penelitian

variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang variabel tersebut kemudian ditarik kesimpulan.³

Variabel dalam penelitian ini di bagi menjadi dua macam yaitu :

a. Variabel Bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Menurut fungsinya variabel ini mempengaruhi variabel lain, karenanya juga sering disebut variabel pengaruh.⁴ Variabel bebas dalam penelitian ini adalah label halal dan harga

b. Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel respon atau output. Sebagai variabel respon berarti variabel ini akan muncul sebagai akibat dari manipulasi suatu variabel-variabel yang dimanipulasikan dalam penelitian, yang disebut sebagai variabel bebas.⁵ Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian

³ Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), 2

⁴ Maria Magdalena Minarsih, "Strategi Perusahaan Dalam Penanganan Berkurangnya Fokus Pegawai Di Kecamatan Gunungpati", *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, Vol. 10, No.2, 2019, 154.

⁵ Winarno, "Metodologi penelitian dalam bidang pendidikan jasmani", (Malang: Universitas Negri Malang).28

2. Devinisi Oprasional Variabel

Devinisi oprasional variabel dalam penelitian ini adalah:

- a. Label Halal (X1) merupakan suatu penyampaian informasi kepada konsumen tentang kehalalan produk.
- b. Harga (X2) suatu nilai tukar yang dapat berupa uang ataupun barang dan jasa.
- c. Keputusan (Y) merupakan Tindakan yang di lakukan atas beberapa alternative yang ada.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari unit yang diteliti. Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, akan tetapi juga bisa organisasi, binatang, hasil karya manusia, dan benda-benda alam yang lain.⁶ Dalam hal ini yang menjadi populasi adalah masyarakat kota metro yang berbelanja produk makanan impor di PB Swalayan 15 A dan Chandra di kota Metro. Jumlah penduduk kota Metro berdasarkan kecamatan pada tahun 2021 yaitu: 162.476.

⁶ Agung Widhi Kurniawan, dan Zarah Puspitaningtyas. "Metode Penelitian Kuantitatif" (Yogyakarta: Pandiva Buku cetakan pertama tahun 2016).66

Tabel 3.1
Jumlah Penduduk Muslim Kota Metro Berdasarkan Kecamatan
pada tahun 2021

No	Nama Kecamatan	Jumlah Penduduk Muslim
1	Metro Selatan	17.104
2	Metro Barat	26.588
3	Metro Timur	26.679
4	Metro Pusat	50.757
5	Metro utara	31.348
	Total	162.476

Sumber: BPS, diolah Pusat Data dan Sistem Informasi, 2022.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling. Di sini sampel harus benar-benar bisa mencerminkan keadaan populasi, artinya kesimpulan hasil penelitian yang diangkat dari sampel harus merupakan kesimpulan atas populasi.⁷ Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi, agar suatu bisa di percaya, dan bisa ditarik kesimpulannya, hal ini karena sampel bisa mewakili populasi. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan rumus sebagai berikut :

$$\frac{N \cdot n}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = sampel

N= Populasi

E = tingkat kesalahan

⁷ Hardani, "Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif". (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group cetakan pertama 2020), 236.

Tingkat kesalahan yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 10 %. Sehingga berdasarkan rumus di atas, jumlah sampel yang dijadikan responden yaitu :

$$n = \frac{162.476}{1 + (162.476 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{162.476}{1.624,76}$$

$$n = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian Teknik sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* menggunakan metode *Sampling Incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁸ Sumber data penelitian ini adalah konsumen produk makanan impor yang ada di kota Metro.

⁸Garaika Darmanah, "Metodologi Penelitian", (Lampung Selatan : Cv. Hira Tech, 2019), 59.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini menggunakan teknik, sebagai berikut:

1. Angket atau kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan serangkaian pertanyaan yang dikirimkan lewat pos atau diserahkan secara langsung guna diisi. Jawaban pertanyaan dari kuesioner dilakukan sendiri oleh responden tanpa bantuan dari pencari data sehingga pencari data harus dapat membuat pertanyaan yang benar-benar jelas dan tidak meragukan bagi responden.⁹ Angket ini digunakan untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada responden serta beberapa alternative atau jawabannya. Responden adalah orang yang memberikan tanggapan atau menjawab pertanyaan yang diajukan. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Adapun dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner tertutup, yaitu kuisisioner yang berupa pertanyaan yang di berikan kepada responden dalam bentuk pilihan ganda.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah sekumpulan berkas yakni mencari data mengenai hal-hal berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, agenda dan sebagainya. Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumendokumen yang ada

⁹ Akhmad Fauz, "Metode Sampling", (Banten: Universita Terbuka Banten, edisi pertama 2019).1.18

atau catatan-catatan yang tersimpan baik itu berupa buku, surat kabar, dan lain sebagainya.¹⁰

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan metode dokumentasi. Data dikumpulkan, dicatat, dan dikaji. Sedangkan, untuk studi pustaka diperoleh dari penelitian terdahulu dan ditunjang dengan literatur yang lain seperti buku, jurnal ilmiah, dan bahan-bahan yang berkaitan dengan mendukung penelitian ini.

E. Instrumen Penelitian

Istilah instrumen dalam penelitian tidak terlepas dari metode pengumpulan data. Artinya instrumen berkaitan dengan metode pengumpulan data. Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian, seperti wawancara, kuesioner, observasi. Sedangkan instrumen penelitian ini adalah alat yang digunakan peneliti agar pekerjaan lebih mudah dan hasil lebih baik.¹¹

Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert* untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Skala *Likert* adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban itu dapat diberi skor diantaranya¹²:

S	: Setuju	(5)
SS	: Sangat Setuju	(4)
RR	: Ragu-ragu	(3)
TS	: Tidak Setuju	(2)
STS	: Sangat Tidak Setuju	(1)

¹⁰ Ruly Indrawan dan Poppy Yuniawati, “*Metodoogi Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan Capuran untuk Menejemen, Pembangunan dan Pendidikan*”, (Bandung: Rafika Aditama, 2014), 139.

¹¹ Danang Sunyoto, *Metode Penelitian Akutansi*, (Bandung: PT. Refika Aditama, (2013), 11.

¹² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015)

1. Rancangan Kisi-kisi Penelitian

Kisi-kisi kuisisioner tentang Pengaruh Labelitas Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Metro.

Tabel 3.2
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	No.item
1	Label Halal	1. Pengetahuan 2. Kepercayaan 3. Penilaian	1, 2 3, 4 5, 6
2	Harga	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dan manfaat	1, 2 2, 4 5 6
3	Keputusan Pembelian	1. Pengenalan masalah 2. Mencari informasi 3. Keputusan pembelian 4. Perilaku pasca pembelian	1, 2 3, 4 5, 6 7, 8

F. Teknis Analisis Data

Analisis data yang dimaksud adalah analisis untuk melakukan pengujian hipotesis dan menjawab rumusan masalah yang telah diajukan. Data-data yang diperoleh, akan diolah dengan menggunakan teknik kuantitatif deskriptif. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan rumus statistik, yakni program *microsoft excel* statistik dan program SPSS. Adapun model statistik yang digunakan adalah¹³ :

¹³ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2013), Cet. ke-3, 34.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan “sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya.”¹⁴ Validitas adalah alat kejituan atau kemantapan, ketelitian dan keabsahan alat pengumpul data. Arikunto mengemukakan ada beberapa macam validitas yaitu sebagai berikut :

- 1) Validitas Isi (*Content Validity*)
Sebuah tes dikatakan memiliki validitas isi apabila mengukur tujuan khusus tertentu yang sejajar dengan materi atau isi pelajaran yang diberikan.
- 2) Validitas Konstruksi (*construct validity*)
Sebuah tes dikatakan memiliki validitas konstruksi apabila butir soal yang membangun tes tersebut memiliki validitas empiris jika hasil sesuai dengan pengetahuan.
- 3) Validitas Ada Sekarang / Empiris (*Concurrent Validity*)
Sebuah tes dikatakan memiliki validitas empiris jika hasilnya sesuai dengan pengetahuan.
- 4) Validitas Prediksi / Ramalan (*Predictive Validity*)
Sebuah tes dikatakan memiliki validitas prediksi apabila mempunyai kemampuan untuk meramalkan apa yang akan terjadi kemudian.¹⁵

Uji validitas dilakukan untuk mengukur validitas kuesioner, peneliti dapat melakukan uji korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) menggunakan aplikasi SPSS. Hasil akan dianalisis dan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} Mencari nilai r_{tabel} dapat dilakukan dengan melihat tabel r pada *degree of freedom* dan signifikansi tertentu.¹⁶ Dengan cara:

¹⁴Saifudin Azwar, *Reliabilitas dan Validitas*, (Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 5

¹⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, h. 67

¹⁶Echo Perdana, *Olah Data Skripsi dengan SPSS 22*, (Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen FE UBB, 2016), h. 37-40.

$$df = n - 2$$

df : *degree of freedom* atau derajat bebas

n : Sampel

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas di gunakan untuk menguji tingkat kekonsistenan kuisisioner.¹⁷ Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini aalah dengan menggunakan alat analisis SPSS, Adapun teknik yang peneliti gunakan untuk mengukur reliabilitas suatu instrumen penelitian adalah dengan teknik *Alpha Cronbach*.kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan Reliable dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas $(r_{11}) > 0,6$.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, atau mendeteksi normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan membuat gambar normal *plot propability* dari data kesidual. Data dikatakan normal Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.¹⁸

¹⁷ Heny Puspita dan Weni Puspita “ Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap mahasiswa Terhadap Pemilihan Supelmen Kesehatan dalam menanggapi Covid-19”, *Jurnal*, Vol. 13,No. 1, 2022.66

¹⁸ Amrudin,Roni Priyanda, Tri Siwi Agustin,dkk ,*metedologi Penelitian Kuantitatif*,,(Suroharjo:Dk. Demangan Pradina Pustaka Group 2022),154

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas adalah terjadinya korelasi atau hubungan yang hampir sempurna di antara variabel independent.,pada model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent.¹⁹ Untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dapat dilakukan dengan beberapa cara salah satunya dengan menggunakan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Asumsi dari *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat dinyatakan sebagai berikut:

- 1) Jika $VIF > 10$ dan nilai *Tolerance* < 0.10 maka terjadi multikolonieritas.
- 2) Jika $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* > 0.10 maka tidak terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan model regresi. Heteroskedastisitas adalah keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual pada satu

¹⁹ Ratna Wijayanti Daniar Paramita, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jawa Timur : Widya Gama Pres Stie Widya Lumajang. 2021), 85

pengamatan ke pengamatan lain. Apabila titik-titik berada di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran titik-titik tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory*), Terhadap satu variabel dependen. Analisis ini dilakukan untuk meneliti apakah ada hubungan sebab akibat antara kedua variabel atau meneliti seberapa besar pengaruh antara variabel independen, yaitu labelisasi halal dan harga terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan, adapun rumus yang digunakan ialah²⁰:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Y = Keputusan Pembelian

a = Bilangan Konstanta

b₁ = Koefisien regresi Labelitas Halal

X₁ = Labelisasi Halal

b₂ = Koefisien regresi Harga

X₂ = Harga

e = error yang ditolerir (1%)

²⁰ Dyah Nirmala Arum Janie, "Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda Dengan SPSS" (Semarang: University Press, 2015).

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y. Apabila analisis datanya hanya terdiri dari satu sampai dua variabel bebas, kita menggunakan R square, tetapi apabila jumlah variabelnya lebih dari 2 (dua) maka lebih baik menggunakan *Adjusted R Square* yang nilainya lebih kecil dari *R Square*

5. Uji Hipotesis

a. Uji t Hitung (Uji Parsial)

Pengujian hipotesis untuk korelasi, digunakan uji t uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara sendiri-sendiri memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Hal ini berdasarkan perbandingan nilai thitung masing-masing koefisien dengan ttabel dengan tingkat signifikan 10%. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel terikat.

- 1) Jika nilai sig. lebih kecil dari 0,1 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh secara parsial antara label halal dan harga terhadap keputusan pembelian
- 2) jika nilai sig. lebih besar dari 0,1 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh secara parsial antara label halal dan harga terhadap keputusan pembelian.

b. Uji F Hitung (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara simultan bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan dengan variabel terikat (Y).

- 1) Jika P-value (Asymp.Sig) $\geq 0,1$, atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Hal ini berarti variabel independen secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dengan variabel dependen.
- 2) Jika P-value (Asymp.Sig) $< 0,1$, atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ Hal ini berarti variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan dengan variabel dependen.

BAB IV

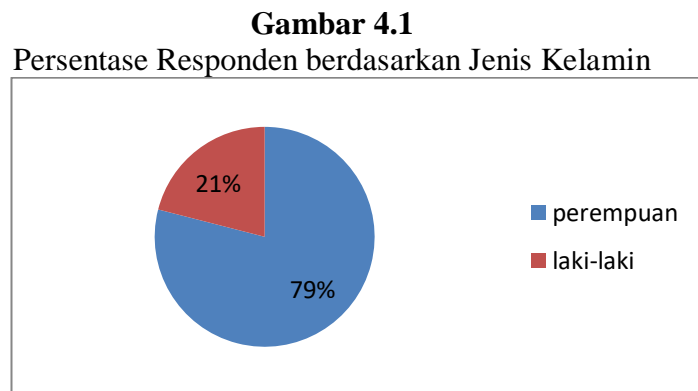
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dipilih secara acak. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil sebagai berikut:

Gambar 4.1 Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin.

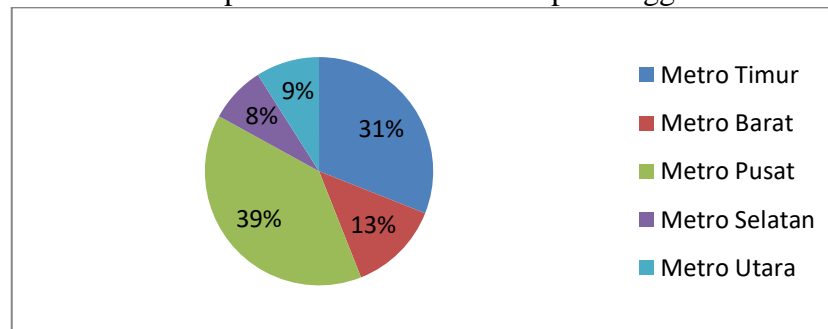


Pada gambar di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yakni sebanyak 79% atau 79 orang perempuan dan responden laki-laki sebesar 21% atau 21 orang laki-laki dari total responden.

2. Karakteristik Berdasarkan Tempat Tinggal

Responden berdasarkan tempat tinggal pada penelitian ini di pilih secara acak. Dalam penelitian ini, peneliti mencari responden yang tinggal di Kota Metro berdasarkan keterangan dari responden. Peneliti memperoleh responden yang berada di tempat yang berbeda sebagai berikut:

Gambar 4.2
Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

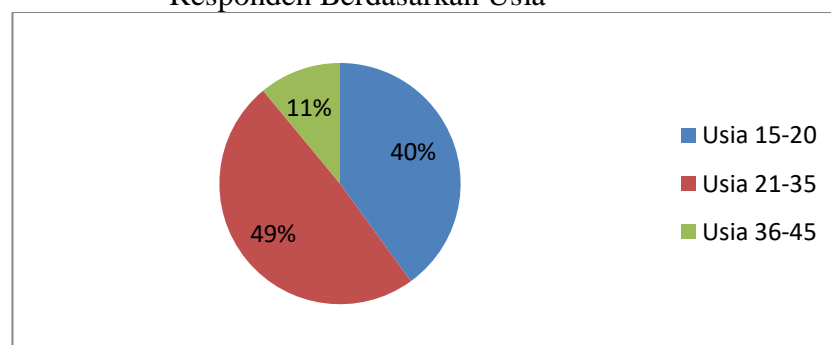


Berdasarkan diagram diatas diketahui bahwa jumlah responden terbanyak berada di Metro Pusat yaitu sebesar 39% atau 39 orang. Kemudian jumlah responden terbanyak kedua berada di Metro timur sebanyak 31% atau 31 orang. Responden lainnya yaitu berada di Metro Barat 13% atau 13 orang, Metro Utara 9% atau 9 orang dan yang terakhir Metro Selatan sebanyak 8% atau 8 Orang.

3. Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia responden sering berhubungan dengan keputusan pembelian suatu produk yang akan dikonsumsi. Penelitian ini membatasi minimal usia responden yaitu usia 17 tahun hingga 50 tahun. Adapun hasil dari pengumpulan responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Responden Berdasarkan Usia

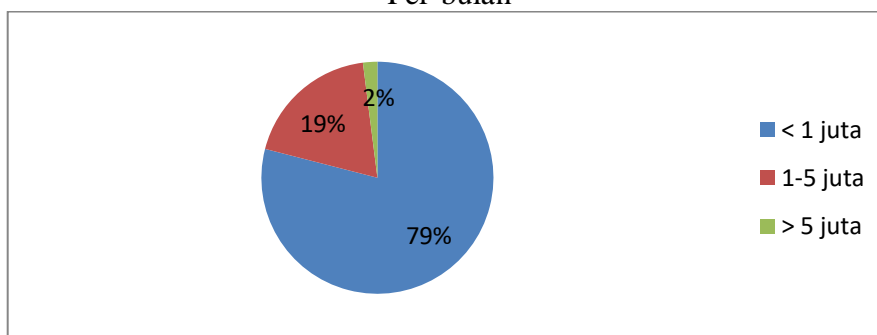


Pada gambar di atas menunjukkan bahwa usia responden yang paling mendominasi adalah usia 21-35 tahun yaitu sebanyak 49%. Sementara yang menduduki posisi kedua ialah responden dengan usia 15-20 tahun sebanyak 40%. Selanjutnya disusul oleh responden yang berusia 36-45 tahun sebanyak 11% atau 11 responden.

4. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Kemampuan responden dalam membeli suatu produk dapat ditunjukkan oleh pendapatannya. Seseorang yang pendapatannya tinggi akan cenderung memiliki daya beli yang tinggi begitupun sebaliknya. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan mengkhususkan diri membuat produk yang diperlukan oleh kelompok pendapatan tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh hasil pengumpulan data responden berdasarkan pendapatan per bulan yang berasal dari pekerjaannya maupun dari pemberian orang tua. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh sebagai berikut:

Gambar 4.4
Responden berdasarkan Penghasilan
Per-bulan



Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa Sebanyak 79 % atau 79 responden memiliki penghasilan sebesar < 1 juta. Responden yang memiliki pendapatan sebesar 1 – 5 juta sebanyak 19% atau 19

responden. Sementara jumlah responden yang memiliki pendapatan sebesar >5 juta hanya sebanyak 2% atau 2 orang. Maka dapat terlihat pada hasil kuisioner yang di bagikan kepada 100 responden bahwa pendapan kurang dari 1 juta justru lebih banyak, di karenakan pada kota Metro khususnya di PB 15 A dan di Chandra yang mengkonsumsi makanan impor kebanyakan seorang pelajar.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Dalam pengujian validitas ini, yang menjadi dasar pengambilan keputusan adalah dengan cara membandingkan koefisien korelasi r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df)= N-2, kemudian dalam hal ini (N) adalah jumlah sampel. Maka satu indikator dapat dinyatakan valid jika, df = N-2, df = 30-2 = 28 dengan tingkat signifikan (α) = 0,05, maka pada df ke-28 didapat nilai r tabel = 0.361. Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilainya positif maka instrumen pernyataan tersebut dapat dikatakan valid.
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

Tabel 4.1
Uji Validitas Label Halal (X1)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
Item 1	0,771	0,361	Valid
Item 2	0,802	0,361	Valid
Item 3	0,867	0,361	Valid
Item 4	0,838	0,361	Valid
Item 5	0,709	0,361	Valid
Item 6	0,712	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa, secara keseluruhan item pernyataan variabel label halal (X1) dapat dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang diajukan kepada responden pada variabel label halal mampu mengukur apa yang diinginkan oleh responden.

Tabel 4.2
Uji Validitas Harga (X2)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
Item 1	0,770	0,361	Valid
Item 2	0,876	0,361	Valid
Item 3	0,816	0,361	Valid
Item 4	0,770	0,361	Valid
Item 5	0,860	0,361	Valid
Item 6	0,781	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa pernyataan mengenai harga yang diajukan kepada 100 responden dinyatakan valid. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} secara keseluruhan.

Tabel 4.3
Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
Item 1	0,714	0,361	Valid
Item 2	0,527	0,361	Valid
Item 3	0,727	0,361	Valid
Item 4	0,743	0,361	Valid
Item 5	0,227	0,361	Valid
Item 6	0,764	0,361	Valid
Item 7	0,704	0,361	Valid
Item 8	0,206	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid. Pernyataan mengenai keputusan pembelian secara keseluruhan dinyatakan valid karena nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} .

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.²¹ Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Label halal (X1)	0,847	6	Reliabel
Harga (X2)	0,889	6	Reliabel
Keputusan pembelian (Y)	0,900	8	Reliabel

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa 30 pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini memiliki nilai *cronbach alpha* yang cukup besar yaitu lebih dari 0,6 sehingga dapat dikatakan semua pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang baik.

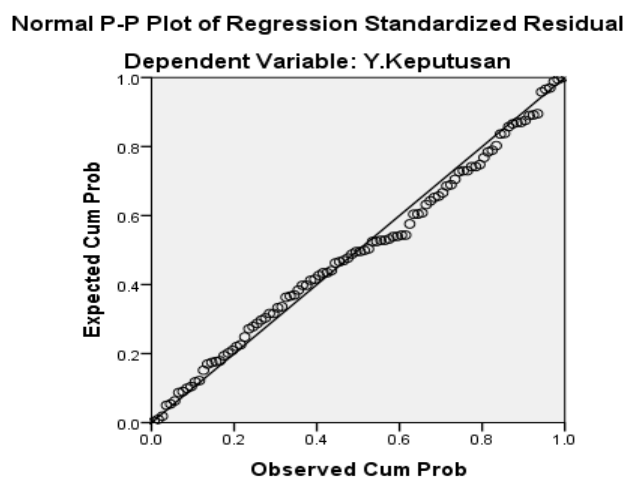
²¹ Syofian Siregar, Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 57

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa data penelitian terdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal.²² Normalitas dapat dilihat dengan melihat kurva normal Pplot seperti berikut:

Gambar 4.5



Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan grafik P-P plot di atas terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa data penelitian terdistribusi normal.

²² Romie Priyastama, Buku Sakti Kuasai SPSS (Yogyakarta: Start Up, 2017), 117

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas.²³ Uji multikolinearitas dilakukan dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), dimana nilai *tolerance* harus lebih besar dari pada 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

Tabel 4.5

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.145	2.672		2.674	.009		
X1.Labelhalal	.481	.078	.520	6.139	.000	.993	1.007
X2.Harga	.154	.081	.160	1.895	.061	.993	1.007

a. Dependent Variable: Y.Keputusan

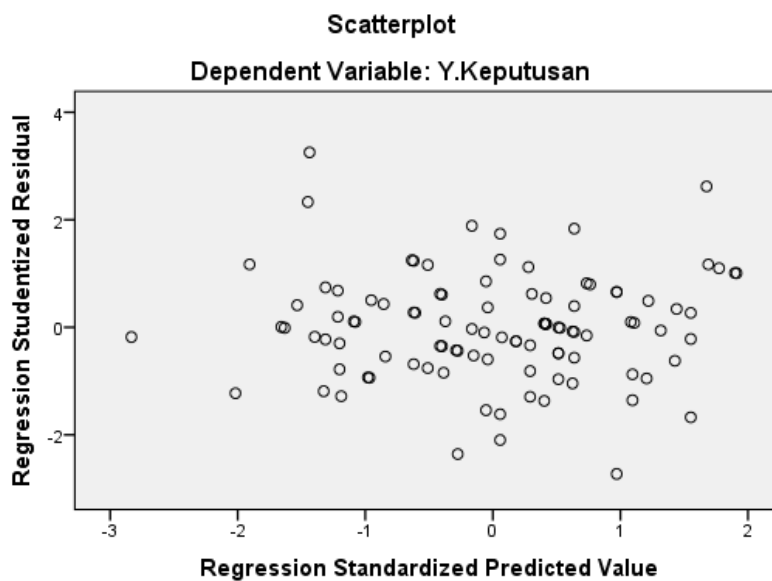
Sumber :Data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.5 di atas terlihat bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, yang ditunjukkan dengan nilai *tolerance* untuk label halal sebesar 0,993 dan harga sebesar 0,993. Sedangkan nilai VIF untuk label halal sebesar 1,007 dan harga sebesar 1,007. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terjadi korelasi antara variabel bebasnya.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila titik-titik berada di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran titik-titik tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat pola titik pada scatterplots berikut:

Gambar 4.6
Grafik Scatterplots



Sumber :Data primer diolah

Berdasarkan gambar 4.6 grafik scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik berada di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran titik-titik tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk

variabel label halal, dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory*), Terhadap satu variabel dependen. Analisis ini dilakukan untuk meneliti apakah ada hubungan sebab akibat antara kedua variabel atau meneliti seberapa besar pengaruh antara variabel independen, yaitu labelisasi halal dan harga terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan, adapun rumus yang digunakan ialah²⁴:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Tabel 4.6 Hasil
Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.145	2.672		2.674	.009		
	X1.Labelhalal	.481	.078	.520	6.139	.000	.993	1.007
	X2.Harga	.154	.081	.160	1.895	.061	.993	1.007

a. Dependent Variable: Y.Keputusan

Sumber :Data primer diolah

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari koefisien regresi di atas, maka dapat diketahui bahwa:

$$Y = 7.145 + 0,481(X_1) + 0,154(X_2) + e$$

²⁴ Dyah Nirmala Arum Janie, "Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda Dengan SPSS" (Semarang: University Press, 2015).

Yang berarti :

- a. Nilai konstanta Keputusan Pembelian (Y) sebesar 7.145 yang menyatakan jika variabel X1 dan X2 sama dengan nol yaitu Labelitas Halal dan Harga, maka loyalitas konsumen sebesar 7.145.
- b. Koefisien X1 sebesar 0,481 yang artinya bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X1 (Labelitas Halal) sebesar 1% maka pembelian meningkat 0,481 (48,1%) atau dapat di artikan dengan adanya peningkatan perhatian konsumen muslim terhadap label halal maka akan di ikuti dengan keputusan pembelian produk olahan impor sebesar 48,1% .
- c. Sedangkan koefisien regresi pada variabel harga sebesar 0,154, hal ini berarti setiap terjadi peningkatan variabel X2 (Harga) sebesar 1% maka pembelian meningkat 0,154 (15%) atau dapat di artikan jika harga yang di tawarkan bagus di pasaran maka akan diikuti dengan keputusan pembelian produk makanan olahan impor yang meningkat sebesar 15,4 %.

5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y. Apabila analisis datanya hanya terdiri dari satu sampai dua variabel bebas, kita menggunakan R square, tetapi apabila jumlah variabelnya lebih dari 2 (dua) maka lebih baik menggunakan Adjusted R Square yang nilanya lebih kecil dari R Square. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7 Hasil
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	.310	.295	2.09825

a. Predictors: (Constant), X2.Harga, X1.Labelhalal

b. Dependent Variable: Y.Keputusan

Sumber :Data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,310 hal ini berarti 31,0% variabel dependen keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu label halal dan harga. Sedangkan sisanya sebesar 0,690 atau 69,% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

6. Uji Hipotesis

a. Uji t Hitung (Uji Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel secara individual terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,1. Jika nilai sig. lebih kecil dari 0,1 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, sedangkan jika nilai sig. lebih besar dari 0,1 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil uji statistik t dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.145	2.672		2.674	.009		
	X1.Labelhalal	.481	.078	.520	6.139	.000	.993	1.007
	X2.Harga	.154	.081	.160	1.895	.061	.993	1.007

a. Dependent Variable: Y.Keputusan

Sumber :Data primer diolah

Berdasarkan pada tabel di atas untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial (individual) terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

1) Label halal (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Terlihat bahwa thitung koefisien label halal adalah 6,139, sedangkan ttabel dengan alpha 0,1 dan df = 97 adalah 1,661. Olehkarena itu dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,139>1,661) yang artinya variabel label halal secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk olahan impor.

Artinya konsumen makanan impor yang ada di kota Metro tetap memperhatikan label halal dalam membeli produk makanan olahan impor. Hasil tersebut sesuai dengan teori yang ada dalam penelitian ini bahwa label halal adalah salah satu faktor penting dalam memutuskan pembelian. Perusahaan atau

pemasaran harus mengetahui bahwa label halal merupakan aspek penting untuk melakukan segmentsi pasar sasaran.

2) Harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.8 Terlihat bahwa thitung koefisien label halal adalah 1,895, sedangkan ttabel dengan alpha 0,1 dan $df = 97$ adalah 1,661. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,895 > 1,661$) yang artinya variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dapat diartikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa harga juga merupakan aspek penting dalam pertimbangan keputusan pembelian. Apabila harga yang ditawarkan bagus maka akan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

b. Uji F Hitung (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan dengan variabel terikat (Y). Jika nilai sig. Lebih kecil dari 0,1 dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh secara simultan antara label halal dan harga terhadap keputusan pembelian, sedangkan jika sig. lebih besar dari 0,1 dan $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh secara simultan antara label halal dan harga

terhadap keputusan pembelian. Hasil uji statistik F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji F
ANOVA ^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	191.535	2	95.767	21.752	.000 ^b
	Residual	427.055	97	4.403		
	Total	618.590	99			

a. Dependent Variable: Y.Keputusan

b. Predictors: (Constant), X2.Harga, X1.Labelhalal

Berdasarkan hasil Uji F pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 21.752 Dengan probabilitas $F_{tabel} = F(k: (n-k))$ sebesar 10%, $F_{tabel} = 2 : 98$ maka didapat F_{hitung} sebesar 2,36. Karena nilai $F_{hitung} (21,752) > F_{tabel} (2,36)$ dan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa label halal dan harga secara bersama-sama dengan signifikan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

C. Hasil Pembahasan

1. Labelitas Halal Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Uji hipotesis dapat dibuktikan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat dari nilai signifikan labelisasi halal sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,1. Hal ini berarti variabel labelisasi halal dapat dijadikan salah satu faktor konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk makanan impor. Label halal dinilai sebagai pembawa informasi yang akurat untuk mengetahui apakah produk yang dihasilkan benar kehalalannya.

2. Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Uji hipotesis dapat dibuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat dari nilai signifikan harga sebesar 0,061 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,1. Dengan kata lain, konsumen mempertimbangkan harga dalam keputusan pembelian. Harga sendiri merupakan jumlah dari seluruh nilai yang ditukar atas manfaat-manfaat untuk memiliki suatu produk. Dalam penelitian ini, harga produk impor dinilai konsumen masih terjangkau dan sesuai dengan daya beli masyarakat, disertai dengan kualitas dan manfaat produk yang sebanding dengan harga yang dibayar oleh konsumen.

3. Labelisasi Halal dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Uji hipotesis dapat dibuktikan bahwa labelisasi halal dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan didapat uji F sebesar $(21,752) > (2,36)$ dan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,1$. Hal ini berarti variabel labelisasi halal dan harga sama-sama berpengaruh untuk keputusan pembelian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan impor. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan konsumen produk olahan impor muslim di Kota Metro. Berdasarkan data yang dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan regresi linear berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Label halal secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk olahan makanan impor. Hal tersebut di buktikan dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,1 = 0,00 < 0,1 atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, (6,139 > 1,661) yang artinya Label halal merupakan salah satu faktor penting dalam keputusan pembelian produk makanan olahan impor. Apabila suatu produk memiliki label halal maka membuka peluang untuk menarik perhatian konsumen. Karena dengan adanya label halal dapat menyediakan informasi dan menjamin kehalalan suatu produk.
2. Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan impor. Hal ini dibuktikan dengan besarnya tingkat signifikan sebesar 0,061 < 0,1 atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$

(1,895 > 1,661) yang artinya semakin tinggi bagus harga yang di tawarkan, maka akan meningkat pula keputusan pembeliannya.

3. Label halal dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan impor. Pengaruh ini dijelaskan oleh besarnya tingkat signifikan label halal dan harga sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,1 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ (21,752) > (2,36).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas adapun saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi produsen atau perusahaan olahan makanan impor agar segera membuat sertifikasi label halal untuk produknya. sehingga produk-produk yang diciptakan aman untuk dikonsumsi khususnya bagi konsumen muslim. dengan adanya sertifikat dan label halal pada produk maka, akan menimbulkan rasa percaya konsumen sehingga akan berpengaruh pada volume penjualan.
2. Bagi konsumen atau pembeli lebih cermat dalam membeli suatu produk khususnya produk olahan impor. Diharapkan bagi konsumen untuk tidak hanya mengutamakan harga yang murah ataupun rasa yang enak, akan tetapi harus selalu memperhatikan label halal, karena hal tersebut penting untuk keamanan produk yang akan dikonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- A Rahman Aisyah dan Yanti, Susi, "Pengaruh Gaya Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPS Terpadu Di Kelas VII SMP Negeri 1 Peudada", *Jurnal Pendidikan Al-Muslim*, Vol.4, No.2. 2016.
- Anggraini, Dwi Sinta, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Sts Jambi)", (Skripsi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi 1441 H/2020 M).
- Ansari Harahap Dedy, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan", *Jurnal Keuangan dan Bisnis* Vol. 7, No. 3, November 2019.
- Arfania Dita, Nisa, "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Melalui Mediasi Kepercayaan Konsumen, (Skripsi, Universitas Widya Dharma Klaten, 2021)".
- Astriani Meroekh, Helny, Melynda "Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Di Kupang)", *Journal Of Management*, Vol. 7, No. 2, 2018.
- Daniar Paramita, Ratna Wijayanti *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jawa Timur : Widya Gama Pres Stie Widya Lumajang. 2021)
- Darmanah, Garaika, "Metodologi Penelitian", (Lampung Selatan : Cv. Hira Tech, 2019).
- Davidson, Harlley Suwanto, Durotun Nasikah, "Pengaruh Country Of Origin Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Import Di Kota Metro", *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, Vol. 2, No. 2, 2021.
- Davinson, Herlly, "Pengaruh *Country Of Origin* Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Import Di Kota Metro". (Skripsi, IAIN Metro, 2021)
- Departemen Agama RI, Al'Qur-an dan Terjemahan.
- Efendi, Usman Psikologi Konsumen, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016).
- Fadililah, Nur, "Eksistensi Pencantuman Label Halal Pada Makanan Impor Menurut Pasal 4 Undang-Undang Nomer 33 Tahun 2014 Dan Fiqih

Muamalah"(Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2020).

Fadlun Nabila Bachdar, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Di Jumbo Pasar Swalayan Kota Manado,(Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Manado, 2020)."

Fauz, Akhmad,"*Metode Sampling*,(Banten: Universita Terbuka Banten, edisi pertama 2019)."

Fernando Anosa,M. Erick "Penerbitan Label Halal Pada Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Prinsip Hukum Islam Di Bandar Lampung" Skripsi Universitas Lampung (2018).

Ghina,Kamilah and Aniek Wahyuati. "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli."*Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, Vol. 6, No. 2, 2017.

Ghozali Imam, "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*",(Semarang: Universitas Diponegoro, 2012).

Hardani," *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*".(Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group cetakan pertama 2020).

Heny, Puspita dan Puspita Weni,"Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap mahasiswa Terhadap Pemilihan Supelmen Kesehatan dalam menanggapi Covid-19", *Jurnal*, Vol. 13,No. 1, 2022.

Hijrah, Lahaling, dan Kindom Makkulawuzar."Hakikat Labelisasi Halal terhadap Perlindungan Konsumen di Indonesia."*Hasanuddin Law Review*, Vol. 1, No .2, 2015.

Indrawan Ruly dan Poppy Yuniawati, "*Metodoogi Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan Capuran untuk Menejemen, Pembangunan dan Pendidikan*", (Bandung: Rafika Aditama, 2014).

Jalasena A. Bintang dan Sri Setio Iriani, "Pengaruh Gaya Hidup dan kelompok Acuan Terhadap keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy", *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 6 No.2.2014, 141¹ D. Sabni Hartato, Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Pada Rumah Makan Rahman Di Depan Rs.M. Yunus Bengkulu),(Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu Bengkulu 2021).

- Kementrian Perdagangan Indonesia, "Warta Ekspor Hidup Sehat Dengan Produk Halal", Ditjen PEN/WRT/56/VII/2015 edisi Juli.
- Lindung Bulan, Tengku Putri" Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder joy pada Masyarakat Kota Langsa", *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2, 2017.
- Magdalena Minarsih, Maria, "Strategi Perusahaan Dalam Penanganan Berkurangnya Fokus Pegawai Di Kecamatan Gunungpati", *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, Vol. 10, No.2, 2019.
- Neni Nurul Nurjanah, Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Suatu Survey Konsumen Mie Samyang Pada Borma Dago Di Kota Bandung),(Skripsi, Universitas Komputer Indonesia Bandung 2020)
- Nirmala Arum Janie, Dyah, "Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda Dengan SPSS" (Semarang: University Press, 2019).
- Nirmala Arum Janie, Dyah, "Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda Dengan SPSS" (Semarang: University Press, 2015).
- Pandega Mulasakti Gilang dan Fuad Mas'ud, "Faktor Penentu Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Impor Berlabel Halal", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.6, No.02, Tahun 2020.
- Prabowo, Ricky" Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prosedur Pengajuan Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Olahan Keripik Pisang (Studi pada Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika) Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) Provinsi Lampung."(Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2018).
- Priyastama, Romie, Buku Sakti Kuasai SPSS (Yogyakarta: Start Up, 2017),
- Priyatno, DuwiMandiri Belajar SPSS, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), Cet. ke-2.
- Radi Rinandiyana, Lucky dkk, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Oleh Generasi Milenial Pada Industri Kuliner Di Kota Tasikmalaya", *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol. 3, No.1 (Mei 2017).
- Republik Indonesia, "Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 Tahun 1999", Tentang Label dan Iklan Pangan, 1999.
- Robbiyanti, Rani, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan

Ekonomi Syariah Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal).”(Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru 2021)

Rohamah,Siti,”Pengaruh Labelisasi Halal dan *Brand Image Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Kosmetik”, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 4,No. 3.2021.

Shabastian,Mariza , dan Hatane Samuel,” Pengaruh Strategi Harga dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty di Tator Café Surabaya Town Square”, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 1, 2019.

Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013)

Sunyoto, Danang,*Metode Penelitian Akutansi*, (Bandung: PT. Refika Aditama, (2013).

Sutardi,Iis ”Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syariah Di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis”, *Jurnal Ekonomi Kita*, Vol.8, No.1, Tahun 2019.

Taluke,Dryon dkk, ”ANALISIS Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat”, *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*,Vol,6. No. 2, 2019.

Undang-undang No. 18 Tahun 2012 tentang Pangan.

Wibowo, Dwi Edi,”Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan, (Indonesia)”,(Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Semarang 2018).

Widhi Kurniawan, Agung dan Puspitaningtyas Zarah.”*Metode Penelitian Kuantitatif*” (Yogyakarta: Pandiva Buku cetakan pertama tahun 2016).

Widi Ristya,“Uji Validitas dan Reabilitas dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi”. *Jurnal*, Vol.8, No.1, 2019.

Winarno,”*Metodologi penelitian dalam bidang pendidikan jasmani*”,(Malang: Universitas Negeri Malang).

Yunistasari Vivi dan Khoirul Anwar, Moch ”Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya” *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.2,No.1. Tahun 2019.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

**JAWABAN RESPONDEN
VARIABEL LABEL HALAL (X1)**

No	Label Halal (X1)						Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	5	2	3	4	4	3	21
2	3	4	4	4	4	4	23
3	3	2	5	3	4	5	22
4	3	4	4	4	4	4	23
5	3	4	3	3	4	3	20
6	4	4	5	5	4	5	27
7	4	4	3	3	4	3	21
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	4	5	3	4	24
10	4	5	5	5	3	5	27
11	4	4	3	4	4	3	22
12	4	3	3	3	4	3	20
13	4	3	3	3	4	3	20
14	4	4	4	4	3	4	23
15	4	5	5	5	3	5	27
16	4	4	4	5	4	4	25
17	4	3	3	3	4	3	20
18	4	4	4	4	4	4	24
19	3	3	4	4	3	4	21
20	5	4	4	4	4	4	25
21	4	4	4	5	4	4	25
22	4	4	3	3	4	3	21
23	4	4	3	4	2	3	20
24	5	4	2	2	4	2	19
25	5	5	3	3	3	3	22
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	5	4	4	25
28	4	4	5	3	4	5	25
29	2	4	4	4	5	4	23
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	3	4	4	3	22
32	5	2	4	3	4	4	22
33	4	4	4	4	4	4	24
34	3	4	3	4	4	3	21
35	3	4	4	4	4	4	23
36	3	2	3	3	5	3	19

37	4	4	4	4	4	4	24
38	3	2	3	4	4	3	19
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	3	4	23
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	5	4	4	5	26
45	4	2	2	2	2	2	14
46	4	4	4	3	4	4	23
47	4	4	5	4	4	5	26
48	5	5	4	5	4	4	27
49	3	4	4	5	5	4	25
50	4	4	4	3	4	4	23
51	4	4	4	4	3	4	23
52	3	4	4	3	4	4	22
53	3	4	4	3	3	4	21
54	4	4	3	4	4	3	22
55	4	4	4	3	5	4	24
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	3	5	5	4	5	26
58	3	3	2	3	4	2	17
59	4	4	4	4	4	4	24
60	3	4	4	3	4	4	22
61	3	4	5	4	4	5	25
62	4	4	3	3	3	3	20
63	4	4	4	3	3	4	22
64	4	4	4	4	3	4	23
65	5	4	4	4	4	4	25
66	3	3	3	3	4	3	19
67	4	5	5	5	4	5	28
68	4	4	4	4	2	4	22
69	5	5	5	5	4	5	29
70	3	4	5	5	4	5	26
71	4	4	4	4	5	4	25
72	4	4	5	5	4	5	27
73	3	5	3	4	4	3	22
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	5	4	4	5	26
76	4	4	3	4	3	3	21
77	3	4	4	5	4	4	24

78	3	4	4	3	4	4	22
79	3	4	4	4	4	4	23
80	4	4	4	4	5	4	25
81	3	2	4	4	4	4	21
82	4	5	5	4	4	5	27
83	3	4	4	4	4	4	23
84	4	4	5	5	4	5	27
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	4	4	4	4	24
87	3	3	2	3	4	2	17
88	3	4	5	4	4	5	25
89	4	4	4	4	5	4	25
90	4	4	4	5	4	4	25
91	3	4	3	3	4	3	20
92	4	4	4	4	4	4	24
93	3	4	5	4	3	5	24
94	3	4	5	3	4	5	24
95	4	4	4	3	4	4	23
96	5	3	2	2	4	2	18
97	5	5	5	5	4	5	29
98	4	5	5	3	4	5	26
99	5	3	2	5	2	2	19
100	5	5	5	4	4	5	28

**JAWABAN RESPONDEN
VARIABEL HARGA (X2)**

Harga (X2)							Total X2
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		
1	5	4	5	4	4	3	25
2	4	4	4	4	4	3	23
3	4	4	5	5	4	3	25
4	4	5	5	5	5	3	27
5	5	4	4	4	4	4	25
6	5	5	5	5	5	3	28
7	4	3	2	3	3	3	18
8	4	4	5	5	4	3	25
9	4	5	5	5	5	3	27
10	5	5	5	5	5	5	30
11	4	4	4	3	4	3	22
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	4	3	3	22
14	4	4	4	4	4	4	24
15	5	5	5	5	5	3	28
16	5	4	4	5	4	3	25
17	4	5	5	4	5	3	26
18	5	5	5	4	5	3	27
19	4	5	5	5	5	3	27
20	5	5	5	5	5	4	29
21	4	4	4	5	4	3	24
22	4	4	4	4	4	3	23
23	5	4	4	4	4	3	24
24	5	5	5	4	5	4	28
25	5	5	5	3	5	3	26
26	5	5	5	5	5	3	28
27	4	4	3	5	4	3	23
28	5	5	5	5	5	4	29
29	4	5	4	4	5	4	26
30	3	4	4	4	4	3	22
31	4	3	4	4	3	3	21
32	4	2	4	2	2	3	17
33	4	5	5	5	5	4	28
34	4	4	5	4	4	3	24
35	4	5	5	4	5	3	26
36	5	5	4	5	5	4	28
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	4	5	3	27

39	4	4	4	4	4	3	23
40	5	4	4	4	4	5	26
41	4	4	4	4	4	5	25
42	4	4	4	4	4	3	23
43	4	1	4	5	1	5	20
44	5	5	5	4	5	3	27
45	4	5	5	5	5	5	29
46	5	5	5	4	5	5	29
47	5	5	5	5	5	3	28
48	4	4	4	4	4	4	24
49	5	4	4	4	4	3	24
50	4	4	5	3	4	5	25
51	4	3	4	4	3	3	21
52	5	4	5	4	4	3	25
53	5	5	5	4	5	5	29
54	4	3	4	5	3	5	24
55	5	5	5	5	5	3	28
56	4	5	5	4	5	3	26
57	4	5	5	5	5	3	27
58	5	5	5	5	5	3	28
59	5	4	4	4	4	3	24
60	5	4	4	4	4	3	24
61	5	5	4	5	5	5	29
62	4	5	5	5	5	3	27
63	5	5	4	4	5	3	26
64	4	5	5	5	5	3	27
65	4	5	4	5	5	3	26
66	5	4	4	4	4	3	24
67	5	5	5	5	5	3	28
68	5	5	5	5	5	4	29
69	4	3	5	5	3	5	25
70	4	4	4	5	4	3	24
71	4	4	5	5	4	4	26
72	5	5	4	5	5	4	28
73	4	5	4	3	5	3	24
74	4	5	5	5	5	4	28
75	5	5	5	5	5	5	30
76	4	3	4	5	3	3	22
77	5	5	5	5	5	4	29
78	5	4	5	4	4	5	27
79	4	5	5	5	5	3	27

80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	5	5	5	5	5	29
82	4	4	5	5	4	3	25
83	4	4	5	5	4	5	27
84	5	5	5	4	5	3	27
85	4	5	5	5	5	3	27
86	5	4	4	4	4	4	25
87	4	5	5	5	5	3	27
88	4	4	4	5	4	5	26
89	5	4	4	4	4	3	24
90	5	5	4	4	5	3	26
91	4	4	5	4	4	4	25
92	4	5	5	5	5	5	29
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	4	4	4	4	5	26
95	4	4	5	3	4	4	24
96	5	5	5	5	5	4	29
97	3	4	4	5	4	3	23
98	4	5	5	5	5	5	29
99	3	5	4	5	5	4	26
100	4	5	5	4	5	3	26

JAWABAN RESPONDEN
VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Keputusan Pembelian (Y)								
No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y7	Y8
1	5	4	3	3	5	2	3	5
2	2	4	4	2	5	3	4	5
3	4	5	4	5	4	2	5	4
4	3	3	3	3	4	2	3	4
5	3	3	3	3	4	3	3	4
6	4	5	4	5	5	2	5	4
7	3	4	3	3	5	2	3	4
8	4	5	2	4	5	2	4	5
9	4	5	4	3	4	3	3	4
10	5	5	5	5	5	2	5	5
11	3	4	3	3	4	3	3	4
12	3	4	3	3	4	3	3	4
13	3	4	3	3	5	3	3	5
14	4	4	4	2	5	2	2	5
15	3	4	3	4	4	3	4	4
16	4	4	4	3	5	3	3	3
17	2	5	3	3	5	3	3	5
18	4	4	4	4	4	3	4	4
19	4	5	4	4	5	2	4	5
20	4	5	3	5	5	3	5	5
21	4	4	4	4	5	2	4	5
22	3	4	3	3	5	3	3	5
23	4	4	4	4	4	2	4	4
24	2	4	4	4	5	3	4	5
25	4	4	4	4	4	3	4	4
26	4	4	4	4	4	3	4	4
27	4	4	5	4	5	2	4	5
28	2	5	1	4	4	2	4	4
29	4	4	5	5	4	2	5	4
30	3	4	4	3	5	2	3	5
31	3	4	4	4	4	3	4	4
32	3	3	4	3	4	3	3	4
33	2	4	4	3	5	3	3	5
34	2	4	3	3	5	2	3	5
35	4	3	3	2	5	2	2	5
36	4	3	3	4	5	2	4	5
37	3	4	4	4	5	3	4	5

38	2	3	3	3	4	3	3	4
39	4	4	4	4	4	3	4	4
40	4	4	4	4	4	2	4	4
41	4	4	4	4	4	2	4	4
42	4	4	3	3	5	2	3	5
43	4	4	3	4	4	3	4	4
44	3	5	2	3	5	3	4	5
45	2	4	2	2	5	3	4	5
46	3	5	5	5	5	2	4	5
47	3	5	3	4	5	2	4	5
48	4	5	4	4	5	2	4	5
49	5	4	4	3	5	3	3	5
50	5	5	4	5	4	3	5	4
51	3	3	4	4	5	3	4	5
52	3	3	4	4	5	1	4	5
53	3	3	4	4	4	3	4	4
54	2	4	2	4	5	3	4	5
55	4	4	4	4	4	2	4	4
56	4	4	3	3	5	2	3	5
57	4	4	3	4	5	2	4	5
58	3	4	4	3	5	3	3	5
59	3	4	4	4	4	3	4	4
60	3	3	4	4	5	3	4	5
61	5	4	4	5	5	2	5	5
62	2	5	2	3	5	2	3	5
63	3	4	4	4	4	2	4	4
64	4	4	5	4	5	3	4	5
65	4	5	5	5	5	3	5	5
66	3	4	3	2	5	3	2	5
67	5	5	5	5	5	2	5	5
68	4	4	4	4	4	2	4	4
69	5	5	5	5	5	2	5	5
70	3	4	5	5	5	3	5	5
71	4	4	4	4	4	3	4	4
72	4	3	5	5	4	3	5	4
73	4	4	4	3	4	5	3	4
74	5	4	2	5	3	3	5	3
75	3	4	4	3	4	5	3	4
76	2	4	2	4	3	3	4	3
77	5	5	3	3	4	3	3	4
78	3	3	4	4	4	3	4	4

79	4	5	5	5	5	2	5	5
80	4	4	4	4	5	3	4	5
81	4	4	4	4	5	2	4	5
82	4	5	4	5	5	2	5	5
83	2	4	4	2	4	3	2	4
84	4	5	4	5	4	3	5	4
85	3	5	3	3	3	3	3	3
86	3	4	4	4	4	3	4	4
87	2	4	2	2	4	3	2	4
88	3	4	5	5	4	3	5	4
89	4	4	4	4	5	2	4	5
90	3	4	4	4	5	2	4	5
91	2	4	3	3	5	3	3	5
92	2	4	4	4	4	3	4	4
93	3	4	5	5	5	3	5	5
94	3	3	4	3	4	3	3	4
95	2	3	2	2	5	3	2	5
96	4	4	5	4	5	3	4	5
97	4	5	5	5	5	3	5	5
98	3	5	3	5	5	3	5	5
99	5	5	4	4	4	5	4	4
100	5	5	5	5	5	5	5	5

Tabel untuk df=1-50

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189

36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Titik Perentase Distribusi t (df = 79-100)

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	79
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	80
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	81
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	82
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	83
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	84
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	85
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	86
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	87
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	88
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	89
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	90
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	91
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	92
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	93
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	94
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	95
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	96
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	97
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	98
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	99
Inf.	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	Inf.

Sumber. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* (Dr.Imam Gozali)

Titik Persentase Distribusi Funtuk Probabilita=0,10 (91-135)

dfuntuk penyeb ut(N 2)	dfuntukp embilang(N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
92	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
93	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
94	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
95	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
96	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.59	1.58	1.56
97	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.67	1.64	1.61	1.59	1.58	1.56
98	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
99	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.70	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
100	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
101	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
102	2.76	2.36	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.56
103	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
104	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
105	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
106	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
107	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
108	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
109	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
110	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55

1



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3322/In.28.3/D.1/TL.00/10/2022 Metro, 03 Oktober 2022
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**
Kepada Yth,
Rina El Maza (Dosen Pembimbing Skripsi)
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Dian Suri Rismawati
NPM : 1903011036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Labelitas Halal dan Harga Pada Makanan Olahan Impor Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Metro

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan \pm 1/6 bagian
 - b. Isi \pm 2/3 bagian
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kerjasama FEBI

Siti Zulaikha



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0421/In.28/J/TL.01/02/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,
Pemilik Usaha PB Swalayan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **DIAN SURI RISMAWATI**
NPM : 1903011036
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : **PENGARUH LABELITAS HALAL DAN HARGA PADA
MAKANAN OLAHAN IMPOR TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI KOTA METRO**

untuk melakukan prasurvey di PB Swalayan, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya prasurvey tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 24 Februari 2023
Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana
NIP 198906022020121011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1227/In.28/D.1/TL.01/04/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **DIAN SURI RISMAWATI**
NPM : 1903011036
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk:
1. Mengadakan observasi/survey di PB Swalayan, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH LABELITAS HALAL DAN HARGA PADA OLAHAN MAKANAN IMPOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 18 April 2023

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1226/In.28/D.1/TL.00/04/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pemilik Usaha PB Swalayan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1227/In.28/D.1/TL.01/04/2023,
tanggal 18 April 2023 atas nama saudara:

Nama : **DIAN SURI RISMAWATI**
NPM : 1903011036
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syaria`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PB Swalayan, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH LABELITAS HALAL DAN HARGA PADA OLAHAN MAKANAN IMPOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 18 April 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1226/In.28/D.1/TL.00/04/2023
Lampiran :-
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pemilik Usaha PB Swalayan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1227/In.28/D.1/TL.01/04/2023,
tanggal 18 April 2023 atas nama saudara:

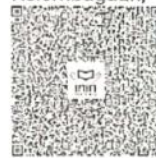
Nama : **DIAN SURI RISMAWATI**
NPM : 1903011036
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PB Swalayan, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH LABELITAS HALAL DAN HARGA PADA OLAHAN MAKANAN IMPOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 18 April 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001

**ALAT PENGUMPUL DATA (APD)
PENGARUH LABELITAS HALAL DAN HARGA PADA MAKANAN
OLAHAH IMPOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI KOTA METRO**

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Alamat : Kec. Metro Timur Kec. Metro Barat Kec. Metro Selatan
 Kec. Metro Utara Kec. Metro Pusat
4. Usia : 15-20 21-35 31-45
5. Penghasilan per bulan/pendapatan yang berasal dari orang tua:
 < 1 Juta 1 Juta – 5 Juta >5 Juta
6. No. Telvon :

Petunjuk Pengisian

Beri tanda (√) pada kolom jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.

- Keterangan : **SS** : Sangat Setuju
S : Setuju
RR : Ragu-ragu
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

LABEL HALAL (X₁)

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TD	STS
Pengetahuan						
1	Label halal adalah suatu hal yang penting bagi konsumen.					
2	Setiap produk makanan impor harus berlabel halal.					
Kepercayaan						
3	Dengan adanya pencantuman label halal, maka komposisi pada kemasan makanan impor tersebut juga sudah dijamin halal.					
4	Dengan adanya pencantuman label halal membuat anda merasa aman mengkonsumsi produk olahan impor tersebut.					
Penilaian						
5	Jika produk impor yang telah memiliki label halal maka, menurut anda produk tersebut berkualitas.					
6	Label halal merupakan prioritas utama untuk anda dalam membeli produk makanan impor.					

HARGA (X₂)


No	Pertanyaan	SS	S	RR	TD	STS
Keterjangkauan Harga						
1	Pertimbangkan harga merupakan hal yang penting dalam pembelian suatu produk.					
2	Harga produk makanan impor masih terjangkau di kalangan masyarakat.					
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas						
3	Harga produk makanan impor sesuai dengan kualitas yang di berikan.					
4	Anda akan tetap membeli produk makanan impor dengan harga yang tinggi asal kualitas bagus.					
Daya Saing Harga						
5	Harga pada produk olahan impor lebih tinggi di banding dengan makanan local.					
Kesesuaian Harga Dan Manfaat						
6	Menurut anda harga produk makanan impor yang tinggi sesuai dengan manfaat yang di dapat.					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TD	STS
Pengenalan Masalah						
1	Anda membeli produk makanan impor sesuai dengan kebutuhan.					
2	Anda membeli produk impor sesuai dengan keinginan.					
Mencari Informasi						
3	Anda mengetahui produk makanan impor dari sosial media.					
4	Anda membeli produk makanan impor karena ajakan orang terdekat.					
Keputusan Pembelian						
5	Anda membeli produk impor karena rasanya yang enak.					
6	Anda membeli produk impor karena mereknya terkenal.					
Keputusan Pembelian						
7	Anda membeli produk impor karena mereknya terkenal.					
8	Anda membeli produk impor karena rasanya yang enak.					

Mengetahui,

Pembimbing


Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401212009122005

Metro, 4 April 2023


Dian Suri Rismawati
NPM.1903011036



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan K. Hajar Dewantara Kampus 15A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47295;
Website: www.metrouniw.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniw.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dian Suri Rismawati
NPM : 1903011036

Fakultas/Jurusan : FEBI /ESy
Semester/TA : VIII/2023

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis 06/04/2023	Bimbingan APD + Outline	
2.	setara 11/04/2023	Acc APD + Outline	

Dosen Pembimbing,

Rina El Mirza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

Dian Suri Rismawati
NPM. 1903011036



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimil (0725) 47296;
Website: www.metrouniy.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniy.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dian Suri Rismawati
NPM : 1903011036

Fakultas/Jurusan : FEBI /ESy
Semester/TA : VIII/2023

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.		* Nilai sig dari mana? * apakah nilai sig harus sama atau tidak? * linear bergama rumus tuis * Uji regresi * B. Hasil pembahasan	

Dosen Pembimbing,

Rina F. Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401232009122005

Mahasiswa Ybs.

Dian Suri Rismawati
NPM. 1903011036



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimil (0725) 47296;
Website: www.metrouniy.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniy.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dian Suri Rismawati
NPM : 1903011036

Fakultas/Jurusan : FEBI /ESy
Semester/TA : VIII/2023

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.		* Nilai sig dari mana? * apakah nilai sig harus sama atau tidak? * linear bergama rumus tulus * Uji regresi * B. Hasil Pembahasan	

Dosen Pembimbing,

Rina F. Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401232009122005

Mahasiswa Ybs,

Dian Suri Rismawati
NPM. 1903011036



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0726) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dian Suri Rismawati
NPM : 1903011036

Fakultas/Jurusan : FEBI /ESy
Semester/TA : VIII/2023

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		Ada bab IV - V dapat diumumkan sebagai skripsi.	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 198401232009122005

Dian Suri Rismawati
NPM. 1903011036



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47298

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Dian Suri Rismawati
NPM : 1903011036
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Labelitas Halal Dan Harga Pada Olahan Makanan Impor Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Metro** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 22%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 30 Mei 2023
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP.198906022020121011



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-251/ln.28/S/U.1/OT.01/05/2023

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

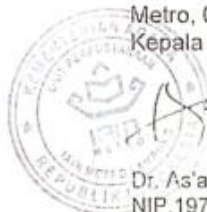
Nama : DIAN SURI RISMAWATI
NPM : 1903011036
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1903011036

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 09 Mei 2023
Kepala Perpustakaan



As'ad
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP.19750505 200112 1 002

RIWAYAT HIDUP



Dian Suri Rismawati lahir di Wonorejo Kusuma Jaya(Lampung Tengah), pada tanggal 13 Februari 2001. Anak pertama dari bapak Tristanto dan Ibu Suratih. Alamat rumah di Dusun V Pagar Dewa Kecamatan Lubai Ulu Kabupaten Muara Enim. Pendidikan yang telah di tempuh peneliti adalah TK PTPN 7 Beringin selesai pada tahun 2007, kemudian melanjutkan di SD Negri 13 LUBAI ULU di selesaikan pada tahun 2013, dan kemudian berlanjut ke SMP Negri 2 Lubai Ulu diselesaikan pada tahun 2016, kemudian lanjut lagi ke MA Al-Furqon di Rambang Kapak Tengah Prabumulih dan di selesaikan pada tahun 2019. Kemudian RIWAYAT HIDUP Pada tahun 2019 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ekonomi Syari'ah IAIN Metro.