



**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA TOKO OLEH-OLEH
KIRANA KOTA PAGAR ALAM**

Mudzakir Ilyas¹⁾, Rika Rahmadina Putri²⁾, Yogi Firza Sailendra³⁾

¹⁾²⁾³⁾Institut STEI Al Furqon Prabumulih

E-mail: mudzakirilyas271@gmail.com¹⁾, rahmadinaputririka@gmail.com²⁾,
seilendrayf@gmail.com³⁾

Abstract

The study aims to find out whether a halal label affects the purchase decision at the Kirana City Pagar Natural Oil Store, using quantitative methods. Testing the hypothesis in this study was done using simple linear regression analysis. Data analysis method using SPSS. Data used primary data. The study used 96 respondents. Based on the result of Variable X (Halal Label) significantly influencing Y (Purchase Decision) this is seen from a significant halal label of 0.002 which means smaller than the level of significance used is 0.05. And can also be seen from t count of 3.220 which means t count larger than t table is 1.985

Keywords: Halal Label, Purchase Decision



Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Oleh-Oleh Kirana Kota Pagar Alam, dengan menggunakan metode kuantitatif. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Metode analisis data menggunakan SPSS. Data yang digunakan merupakan data primer. Penelitian ini menggunakan 96 orang responden. Berdasarkan hasil dari Variabel X (Label Halal) berpengaruh secara signifikan terhadap Y (Keputusan Pembelian) hal ini dilihat dari signifikan label halal sebesar 0,002 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari t_{hitung} sebesar 3.220 yang berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1.985.

Kata kunci : Label Halal, Keputusan Pembelian



A. PENDAHULUAN

Kondisi masyarakat di Indonesia yang mayoritas beragama Islam dengan mencapai 80% masyarakat beragama islam, maka dari situ terlihat jelas bahwa konsumen terbesar adalah untuk umat muslim. Namun, di dalam Islam ada batasan- batasan terhadap kaumnya dalam mengkonsumsi makanan dan juga melarang beberapa jenis makanan dan minuman yang dapat merusak kesehatan.(Tri Widodo, 2015, hal. 6)

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

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena sesungguhnya setan ini adalah musuh nyata bagimu.”(QS AlBaqarah: 168).

Konsumsi masyarakat terhadap produk-produk yang dimaksud cenderung terus meningkat, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat termasuk pola konsumsinya. Sementara itu pengetahuan masyarakat masih belum memadai untuk dapat memilih dan menggunakan produk secara tepat, benar dan aman. Sertifikat halal pada sebuah produk saat ini sudah menjadi suatu keharusan. Dikarenakan masyarakat akan semakin selektif dan enggan mengonsumsi produk yang tidak memiliki sertifikat halal akan ditinggalkan. Banyak produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mencantumkan label halal tetapi tidak mendapatkan sertifikat halal.(Fadlun Nabila Bachdar, 2020)

Padahal prosedur yang berlaku dalam pemberian izin label halal ini adalah berdasarkan sertifikat halal yang dikeluarkan oleh MUI. Pengetahuan masyarakat akan makanan, obat atau produk yang lainnya yang berkaitan dengan halal cukup tinggi namun kesadaran untuk memverifikasi barang yang terjamin kehalalannya masih rendah. Bahkan ada banyak produk UMKM yang mencantumkan label halal tanpa sertifikat halal. Kepastian kebenaran label halal diperoleh melalui sertifikasi halal yang dikeluarkan lembaga yang berwenang yaitu LPPOM MUI.(Majelis Ulama Indonesia, 2011)



Adapun tujuan mencantumkan label halal dengan sertifikat halal adalah untuk meningkatkan pangsa pasar dan jumlah penjualan. Seterusnya memenuhi tuntutan dan memberi kepuasan kepada konsumen. Meningkatkan kualitas produk, memenuhi minat dan kenyamanan kepada konsumen terutama konsumen muslim. Salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual disebut dengan label. Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas. (Philip Kotler dan Amstrong, 2010, hal. 254)

Label halal yang terdapat pada kemasan produk, akan mempermudah konsumen dalam mengidentifikasi produk. Di Indonesia penggunaan label halal sangat mudah ditemukan, pada produk makanan kemasan salah satunya. Suatu produk yang tidak jelas bahan baku dan cara pengelolannya dapat saja “ditempel” tulisan halal (dengan tulisan arab) maka produk tersebut seolah-olah telah halal dikonsumsi. (Vivi Yunitasari, 2019, hal.6)

Secara garis besar penggunaan label halal pada produk khususnya makanan, bertujuan untuk membedakan antara produk halal dan tidak halal. Lebih dalamnya label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus produk halal. Untuk dapat mencantumkan label halal pada kemasan sendiri harus memiliki sertifikat halal terlebih dahulu. (Majelis Ulama Indonesia, 2011)

Khusus di Indonesia, konsumen muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen muslim di Indonesia. Lembaga ini adalah Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetik – Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat memberi label halal pada produknya. (Majelis Ulama Indonesia, 2011)

Adanya LPPOM-MUI dapat membantu masyarakat memudahkan proses pemeriksaan kehalalan suatu produk. Dengan mendaftarkan produk untuk diaudit keabsahan halalnya oleh



LPPOM-MUI sehingga produknya bisa mencantumkan label halal dan hal itu berarti produk tersebut telah halal untuk dikonsumsi umat muslim.(Dewi Asriah, 2013)

Proses sertifikasi label dilakukan oleh MUI dalam sidang Fatwa Halal, dalam sidang tersebut mengikut sertakan para pakar, unsur kementerian atau lembaga, dan instansi terkait.Sedangkan pemeriksaan atau pengujian produk dilakukan oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal). Sebelum diresmikannya BPJPH pada 11 Oktober 2017, MUI adalah satu-satunya lembaga yang berperan mengeluarkan sertifikat halal, namun dengan peresmian tersebut maka tugas tersebut diambil alih oleh BPJPH namun tetap melibatkan MUI sehingga sertifikat ataupun label halal serta fatwa-fatwa MUI menjadi dokumen negara, dan tetap berlaku.(Majelis Ulama Indonesia, 2011)

Mengingat pentingnya kehalalan tersebut pemerintah juga telah mengeluarkan UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang artinya Sertifikasi halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI.(Wahyu Budi Utami, 2013, hal.3)

Berdasarkan data dari satuan tugas (satgas) Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Provinsi Sumatera Selatan (Sumsel), mencatat bahwa sebanyak 860 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Sumsel yang telah mengantongi sertifikat halal.(Kantor Kementerian Agama) Para pelaku UMKM khususnya di Sumatera Selatan dengan usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun kelompok yang telah memenuhi kriteria sebagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mencapai 438.693 ribu yang telah memenuhi syarat.(Safryani, et.al, 2020, haal.319)

Peran UMKM dalam perekonomian sangat penting dan terlihat dengan kemajuan Indonesia saat ini. Peningkatan atau penurunan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai factor termasuk keterlibatan UMKM. Sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4, UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang mandiri dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara.(IDX Palembang)



Akan tetapi dari masyarakat sekitar sangat susah diajak untuk mendaftarkan produknya ke sertifikasi halal MUI untuk menjamin kehalalan produk mereka, dikarenakan pemahaman mereka tentang teknologi zaman sekarang dengan pendaftaran melalui aplikasi yang telah disediakan sangatlah kurang. Satgas BPJPH Kota Pagar Alam ingin membantu masyarakat sekitar dalam mendaftarkan produknya ke Label Halal MUI dengan menggunakan aplikasi Sihlal dan melakukan verifikasi melalui KTP dan No. Hp Untuk mempermudah masyarakat dalam pendaftaran produk tersebut. Akan tetapi masyarakat menolak dikarenakan mereka berpikir takut untuk terkait dengan politik. (Wawancara Eka Apriyani, S.H, Penyuluhan Agama Ahli Pertama & PPH UIN Raden Fatah Palembang)

Adapun jumlah UMKM di Kota Pagar Alam mencapai 3.728 ribu yang telah terdaftar, dan mencatat bahwa ada 50 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah menerima sertifikat halal. (Satgas BPJH Kota Pagar Alam). Usaha mikro sangat berperan penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat. Hal ini menunjukkan masyarakat Kota Pagar Alam menggantungkan perekonomiannya dengan membuka UMKM sebagai mata pencaharian utamanya. (Sari Aulia Yusro, 2022)

Kota Pagar Alam dikenal sebagai kota wisata yang berada di Sumatera Selatan, kota ini juga terkenal akan keindahan alamnya. Kota Pagar Alam menjadikan pariwisata pertanian sebagai pengembangan dalam sektor perekonomian masyarakat. Kota Pagar Alam secara administratif terbagi menjadi 5 kecamatan yaitu Kecamatan Pagar Alam Utara, Pagar Alam Selatan, Dempo Utara, Dempo Tengah, Dan Dempo Selatan. Serta terdiri dari 35 kelurahan dan 86 dusun. (Pemerintah Kota Pagar Alam)

Salah satu UMKM yang ada di Kota Pagar Alam Adalah UMKM Toko Oleh-Oleh. Toko oleh-oleh adalah suatu tempat yang paling banyak digemari semua kalangan turis domestik maupun mancanegara. Maka turis atau wisatawan dapat membeli makanan khas daerah untuk mereka bawa pulang ke wilayah asal mereka. Toko Oleh-Oleh merupakan jenis toko yang menyediakan berbagai macam oleh-oleh. Mulai dari makanan khas daerah hingga menjual aksesoris seperti kaos dan ciri khas dari daerah tersebut, di Pagar Alam sendiri terdapat 9 Toko Oleh-Oleh Khas Kota Pagar Alam. (Badan Pusat Statistik Kota Pagar Alam)



Toko Oleh-Oleh yang ada di Pagar Alam yang sering di kunjungi oleh para wisatawan ialah Toko Oleh-Oleh Kirana, Toko Oleh-Oleh Kirana menawarkan berbagai macam produknya dengan harga terjangkau dan kualitas terbaik, toko ini menyediakan berbagai jenis oleh-oleh khas dari Kota Pagar Alam dan Provinsi Sumatera Selatan. Terdapat oleh-oleh berupa makanan, minuman, cemilan, baju, souvenir hingga kain khas. Berdasarkan wawancara dengan Owner Toko Oleh-Oleh Kirana Kota Pagar Alam yaitu Bapak M. Subran, diketahui jumlah pendapatan dalam kemasan label halal pada tahun 2018-2022 ialah sebagai berikut :

Tabel. 1
Pendapatan Dalam Kemasan Label Halal di Toko Oleh-Oleh kirana Kota Pagar Alam 2018 – 2022

Tahun	Jumlah Pendapatan
2018	Rp. 1. 143.050.000
2019	Rp. 1.179.630.000
2020	Rp. 954.740.000
2021	Rp. 1.024.530.000
2022	Rp. 1.164.780.000

Sumber data : Toko Oleh-Oleh Kirana Kota Pagar Alam

Tabel.1 di atas menunjukkan jumlah pendapatan dalam kemasan Label Halal di Toko Oleh-Oleh Kirana Kota Pagar Alam pada tahun 2018 mencapai Rp. 1. 143.050.000 dan mengalami peningkatan pada tahun 2019 dengan jumlah pendapatan Rp. 1.179.630.000. Kemudian pada tahun 2020 Toko Oleh-Oleh Kirana Kota Pagar Alam mengalami penurunan pendapatan lebih dari 25% dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu mencapai Rp. 954.740.000. Hal ini disebabkan karena adanya covid-19 yang berdampak pada kondisi ekonomi secara global dan banyak orang mengalami kesulitan finansial. Penurunan daya beli konsumen dapat mengurangi permintaan dan penjualan terutama bagi mereka yang memiliki harga yang relatif lebih mahal.

Pada tahun 2021 Toko Oleh-Oleh Kirana Kota Pagar Alam mengalami peningkatan yaitu mencapai jumlah pendapatan Rp. 1.024.530.000. Pada tahun 2022 bisa dikatakan lebih meningkat dari tahun sebelumnya yaitu Rp. 1.164.780.000 hal ini dikarena pada bulan Mei dan



Juli bertepatan dengan hari raya Idul Fitri dan Idul Adha sehingga Toko Oleh-Oleh Kirana Kota Pagar Alam mengalami peningkatan dikarenakan banyaknya pesanan pada bulan tersebut.

Berdasarkan wawancara awal dengan salah satu pelanggan di Toko Oleh-Oleh Kirana Kota Pagar Alam, menyimpulkan bahwa Label Halal Merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian mereka, dan sering kali menjadi alasan utama mengapa mereka memilih produk tersebut. (Wawancara Desta Putri Rani, 2023)

Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk sebenarnya mereka memiliki alasan-alasan tertentu dalam memilih sebuah produk, misalnya merasa puas dengan kualitas dan pelayanan yang ditawarkan produk tersebut. Ada pula konsumen yang membeli barang berdasarkan kebutuhan akan suatu barang dan tidak sedikit konsumen yang membeli suatu produk secara spontanitas. (Fransiska Paramitasari, 2017, hal.2)

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. (Sofjan Assuri, 2018, hal. 130)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Arif Krisdiyansyah "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Korea Shin Ramyun di Kecamatan Senapelan". Hasil uji statistik memperlihatkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Instan Korea Shin Ramyun. Hal ini menunjukkan bahwa kalangan remaja memiliki kesadaran dan kepedulian terhadap kehalalan suatu produk. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Fajrina "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan Studi Komperesif Banda Aceh". Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan labelisasi halal pada produk makanan ringan memberikan pengaruh positif dan Signifikan antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian. Yang artinya masyarakat Banda Aceh memperhatikan Labelisasi Halal yang terdapat pada produk makanan ringan. Dan pada akhirnya keyakinan dan sikap tersebut mempengaruhi pembelian masyarakat. Pernyataan ini sesuai dengan Philip Kotler yang mengatakan bahwasannya



keyakinan dan sikap mempengaruhi perilaku pembelian individu dan sesuai dengan etika konsumsi Islam yang selalu merujuk kepada dasar halalan thoyiban.

Berdasarkan latar belakang di atas Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul *“Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Oleh-Oleh Kirana Kota Pagar Alam)”*.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian jenis kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data. Adapun data yang dimaksud adalah Data Primer, yaitu data hasil kuisioner dan wawancara yang peneliti lakukan terhadap responden Toko Oleh-Oleh Kirana tersebut. Dan Data sekunder yaitu, data-data tertulis yang berkaitan dengan penelitian melalui buku-buku, dokumen-dokumen, penelitian terdahulu, hingga internet.

Populasi dalam penelitian ini adalah 2.306 seluruh konsumen yang telah melakukan pembelian pada di Toko Oleh-Oleh Kirana Kota Pagar Alam. Dan Sampel diambil dengan teknik sampling purposive yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Rumus yang digunakan yaitu Metode Slovin. Sugiyono (2013:124)

$$\text{Rumus } N: \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir sebesar 10%

Dalam hal ini peneliti mengambil sampel 96 orang konsumen di Toko Oleh-Oleh Kirana Kecamatan Pagar Alam Utara Kota Pagar Alam sebagai perwakilan untuk mengetahui tingkat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini jumlah populasi



konsumen didapat dari batas kesalahan yang diinginkan adalah 10%. Maka dengan mengikuti perhitungan diatas hasilnya adalah:

$$\begin{aligned}n &= 2.306/1+ 2.306 (0,01)^2 \\ &= 2.306/1 + 2.306 (0,01) \\ &= 2.306 / 24 \\ &= 96,34 \text{ dibulatkan menjadi } 96.\end{aligned}$$

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian, meliputi: kuisisioner, observasi, analisis dan dokumen. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan statistic. Dalam proses menganalisis data penelitian, peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 22.0. SPSS merupakan singkatan Statistical Product and Service Solution yaitu sebuah aplikasi (software) yang digunakan untuk menganalisis data penelitian. Untuk dapat dianalisis besarnya pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk dalam penelitian ini akan menggunakan pendekatan statistik, yaitu Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Regresi Linier Sederhana, Uji Koefisien Determinasi (R²), dan Hipotesis Uji t.

C. ANALISIS DAN HASIL

Label Halal

Label halal adalah pemberian tanda halal atau bukti tertulis sebagai jaminan produk yang halal dengan tulisan huruf Arab, Huruf lain dan motor kode dari menteri yang dikeluarkan atas dasar pemeriksaan halal dari lembaga pemeriksa halal yang dibentuk oleh MUI, fatwa halal dari MUI, Sertifikat halal dari MUI sebagai jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud adalah halal dikonsumsi serta digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah.(M. Fahmul dan M Nizar, 2019, hal. 2)

Indikator Label Halal

1. Gambar, merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, Tumbuhan, dsb).
2. Tulisan, merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa dibaca.



3. Kombinasi gambar dan tulisan, merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.
4. Menempel pada kemasan (tertera di dekat produk), dapat diartikan sebagai suatu yang melekat (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (perlindungan suatu produk). Dalam hal ini arti melekat pada kemasan yaitu, menempel, terpampang dalam bentuk (stiker, baliho, pamflet, dsb.) pada swalayan tersebut.(Fadlun Nabila Bachdar, 2020, hlm. 15)

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dalam perspektif islam dapat diartikan sebagai proses pemilihan dan pengambilan keputusan untuk membeli produk atau jasa yang diperlukan atau diinginkan dengan memperhatikan nilai-nilai islam dan prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, serta kelayakan dari sudut pandang agama.(Syaparuddin, 2017, hal.76)

Indikator keputusan pembelian menurut islam

1. Halal, produk atau jasa yang dibeli harus halal dan tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan dalam islam.
2. Kualitas, produk atau jasa yang dibeli harus memenuhi standar kualitas yang baik dan sesuai dengan kebutuhan.
3. Harga. Harga produk atau jasa yang dibeli harus sesuai dengan nilai atau manfaat yang diperoleh.
4. Keputusan pembelian, keputusan pembelian harus memperhatikan prinsip- prinsip keadilan dan kejujuran dalam proses produksi dan pemasaran produk atau jasa.
5. Lingkungan, keputusan pembelian harus mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan dan tidak merusak ekosistem.
6. Manfaat sosial, keputusan pembelian harus mempertimbangkan manfaatsosial dan kontribusinya terhadap kepentingan umum.(Hesti Handayani, 2018)

Hasil Penelitian

Uji Validitas Data



Dalam menentukan kelayakan atau tidaknya suatu item pernyataan yang akan digunakan, penulis menggunakan uji validitas analisis korelasi Bivariate Pearson (produk moment person) pada taraf signifikansi 5%. Nilai r_{tabel} dengan rumus $df = n - k$ maka akan menjadi ($df = 96 - 3$) yaitu 93 sehingga r_{tabel} pada taraf signifikan 5% adalah 0,2017. Sedangkan, apabila Nilai $r_{hitung} < 0,2017$ maka item pernyataan itu dinyatakan tidak valid. Setelah dilakukan uji validitas pada variabel X (Label Halal) dan variabel Y (Keputusan Pembelian), setiap pernyataan dinyatakan valid karena tidak ada item yang memiliki nilai kurang dari 0,2017. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan variabel X (Label Halal) dan Y (Keputusan Pembelian) dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas Data

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji alpha cronbach kemudian membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . Apabila nilai alpha Cronbach lebih besar dari r_{tabel} (0,2017) maka dapat dikatakan reliabel. Sedangkan, apabila nilai alpha Cronbach lebih kecil dari r_{tabel} (0,2017) maka item pernyataan itu dinyatakan tidak reliabel. Setelah dilakukan pengujian, dapat diketahui nilai reliabilitas dengan menggunakan uji alpha cronbach untuk variabel X (Label Halal) adalah 0,740 dan Variabel Y (Keputusan Pembelian) adalah 0,723 Dengan demikian dapat dikatakan hasil uji reliabilitas variabel X (Label Halal) dinyatakan reliabel karena nilai alpha cronbach X dan Y $> 0,2017$.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana adalah pengujian terhadap data dimana terdiri dari dua variabel yaitu satu variabel independen dan variabel dependen, dimana variabel tersebut bersifat kausal (berpengaruh). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 22.

Tabel. 2
Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.



		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.224	4.406		7.360	.000
	Label Halal	.411	.127	.318	3.255	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data primer yang diperoleh dari SPSS 22.0

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana di atas dijelaskan bahwa nilai a = angka konstan dari unstandardized coefficients sebesar (32.224). Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Label Halal (X) maka nilai konsisten Keputusan Pembelian (Y) adalah 32.224. Sedangkan nilai b = angka koefisien regresi, nilainya sebesar 0,215. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 5% tingkat Label Halal. Karena nilai koefisien regresi bernilai positif (+), maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Label Halal (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Uji Koefisien Regresi Data (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi linear sederhana pada X berpengaruh terhadap Y dengan cara menetapkan kriteria pengujian yaitu H_0 diterima jika nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari probabilitas 0.05 dan H_a diterima jika nilai signifikansi (Sig) lebih kecil dari probabilitas 0.05. Hasil dalam pengujian dapat dilihat pada tabel 4.11 dari hasil uji regresi linear sederhana dapat diketahui bahwa hasil signifikansi adalah 0,000. Yang artinya H_a diterima karena signifikansi lebih kecil dari probabilitas 0.05 **Tabel. 3**

Uji Koefisien Refrasi Data (Uji t)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.224	4.406		7.360	.000
	Label Halal	.411	.127	.318	3.255	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data primer yang diperoleh dari SPSS 22.0



Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian adalah sebesar $0.002 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $3.224 > 1.985$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang berarti terdapat Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang mendekati 0 (nol) berarti kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas, sedangkan nilai koefisien determinasi yang mendekati 1 berarti variabel independen hampir memberikan informasi yang dijelaskan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel. 4
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.315 ^a	.101	.092	3.813
1	.315 _a	.101	.092	3.813

Sumber : data primer yang diperoleh dari SPSS 22.0

Diketahui nilai R Square pada tabel diatas sebesar 0,101 bahwa besaran Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Oleh- Oleh Kirana Sebesar 10%.

D. PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan kurang lebih selama 5 bulan di Toko Oleh-Oleh Kirana Kota Pagar Alam dengan jumlah konsumen yang menjadi sampel bagi peneliti adalah 96 Orang. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pembahasan Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Oleh-Oleh Kirana Kota Pagar Alam yang diolah menggunakan program SPSS 22 dinyatakan terdistribusi normal sehingga layak untuk diuji. Selanjutnya, dari hasil uji Validitas dan Uji Reliabelitas dapat diketahui bahwa tidak ada item yang memiliki nilai kurang dari 0,2017.



Adapun berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan uji regresi linear sederhana diketahui nilai constants (a) sebesar 32.224 sedangkan nilai constants (b) koefisien regresi +0,411. Ini menyatakan bahwa setiap penambahan 5% tingkat Label Halal, Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar +0,411. Karena nilai koefisiensi regresi bernilai (+), maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Label Halal (Variabel X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Variabel Y) sehingga persamaan regresinya adalah $Y = 32.224 + 0,411X$. Dari uji regresi linear sederhana bernilai (+) atau tidak berpengaruh negatif maka dengan demikian dilakukan lagi uji koefisien determinasi (uji R^2). Kemudian diperoleh nilai R^2 sebesar 0,101 atau 10% yang artinya H_a diterima, karena terdapat pengaruh yang signifikan antara Label Halal (Variabel X) Terhadap Keputusan Pembelian (Variabel Y) dan H_0 ditolak. Hasil dalam pengujian ini, dapat diketahui bahwa nilai $R Square = 0,101$ atau 10%. Maka Label Halal (Variabel X) tidak berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Variabel Y) sebesar 10% dan sisanya ($100\% - 10\% = 90\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dan dimasukkan pada tabel *Model Summary*. Ada dua sifat R^2 yang bisa dicatat:

1. R^2 bukan merupakan besaran negative
2. Batasnya adalah $0 < R^2 < 1$. Jika R^2 sebesar 1 (satu) berarti "kecocokan sempurna" atau variabel independen hampir memberikan informasi yang dijelaskan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Dan Hasil hipotesis Uji signifikan individu atau lebih dikenal dengan uji t statistik t merupakan analisis data secara parsial untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, menghasilkan keputusan H_0 ditolak dan H_a di terima yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

E. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Toko Oleh-Oleh Kirana Kota Pagar Alam 2023/2024)" adalah sebagai berikut:



Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Variabel X (Label Halal) berpengaruh secara signifikan terhadap Y (Keputusan Pembelian) hal ini dilihat dari signifikan label halal sebesar 0,002 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari t_{hitung} sebesar 3.220 yang berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1.985. Koefisien regresi label halal sebesar 0.410 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan nilai label halal sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan kenaikan keputusan pembelian sebesar 0.410.

Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan label halal pada produk memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi keputusan membeli konsumen. Keputusan pembelian diambil dari persepsi terlebih dahulu dimana orang akan memilih, mengatur dan mempertimbangkan produk-produk yang akan dikonsumsi. Setelah adanya persepsi tersebut maka timbullah keyakinan dan sikap masyarakat dengan adanya label halal. Dan pada akhirnya keyakinan dan sikap tersebut mempengaruhi pembelian masyarakat. Pernyataan ini sesuai dengan Philip Kotler yang mengatakan bahwasannya keyakinan dan sikap mempengaruhi perilaku pembelian individu dan sesuai dengan etika konsumsi Islam yang selalu merujuk kepada dasar *halalan thayiban*.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Dr. Syaparuddin.(2017), *Ilmu Ekonomi Mikro Islam*, Peduli maslaha v tidak peduli maslaha, Yoguakarta
- Prof. DR. Sofjan Assuri, M.B.A. (2018), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Sugiyono. (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung :CV.ALFABETA
- Philip Kotler dan Amstrong. (2010), *Manajemen Pemasaran* Edisi. 13, Jakarta: Erlangga Pearson
- M. Fahmul, M.H & M. Nizar. (2019), M.EI, *Label Halal Bawa Kebaikan* , Pusataka Nasional : Katalog Dalam Terbitan

Sumber Junal & Skripsi :

- Dewi Asriah. (2013), "*Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Perilaku Pembelian Produk Di Masyarakat*", IAIN Raden Intan Lampung
- Fadlun Nabila Bachdar. (2020), "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Daging ayam jumbo Pasar Swalayan Kota Manado, Skripsi Program Ekonomi Syari;ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Manado
- Fransiska Paramitasari. (2017), pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian, Universitas Brandwijaya MalangHesty
- Handayani. (2018), *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi* Universitas Islam Indonesia
- Sari Aulia Yusro. (2022), *Manajemen Strategi Dinas Perindustrian Perdagangan, Koperasi, UMKM Kota Pagar Alam dalam Menyalurkan modal usaha melalui Program BPUM* Vol. 4(2)
- Surat-surat Keputusan Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia(LPPOM-MUI)* Jakarta (2011)
- Tri Widodo. (2015), "*Pengaruh Labelisasi Halal dan harga terhadap keputusan pembeliankonsumen pada produk indomie*", Skripsi Program Ilmu Ekonomi Manajemen
-
- Mudzakir Ilyas, Rika Rahmadina Putri dan Yogi Firza Sailendra: Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Oleh-Oleh Kirana Kota Pagar Alam**



Universitas Muhammadiyah Surakarta

Vivi Yunitasari. (2019) ,”*Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan impor pada mahasiswa ekonomii Negeri Surabaya* “ Jurnal E konomi Islam Volume 2 Nomor 1, Tahun 2019

Wahyu Budi Utami. (2013), *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli*, Skripsi Program Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Sumber Wawancara :

Desta Putri Rani, Toko Oleh-Oleh Kirana Kecamatan Pagar Alam Utara Kota Pagar Alam

M. Subran, Toko Oleh-Oleh Kirana Kecamatan Pagar Alam Utara Kota Pagar Alam

Wawancara dengan Eka Apriyani, S.H. Penyuluhan Agama Ahli Pertama & PPH UIN Raden Fatah