PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN FROZEN FOOD PADA PT. CIOMAS ADISATWA PALEMBANG

Sri Murni¹, Saprida², Amir Salim³

¹Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah STEBIS IGM Palembang

^{2,3}Prodi Ekonomi Syariah STEBIS IGM Palembang

Email: srimurnik07@gmail.com¹,saprida@stebisigm.ac.id², amirsalim@stebisigm.ac.id³

Abstract

This thesis discusses the Effect of Halal Labeling, Price and Quality on Purchase Decisions for Frozen Food Products at PT. Ciomas Adisatwa Palembang. This study aims to determine the effect of halal labeling, price and quality on purchasing decisions for frozen food products at PT. Ciomas Adisatwa Palembang. Research data is primary data obtained from the first source, such as company data and questionnaire results. The method used is a Correlational Study, Data Quality Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis and Hypothesis Testing assisted by SPSS 25 software. The results of the research conducted show that (1) Halal labeling partially has a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) Price partially has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) Quality partially has a negative and significant effect on purchasing decisions. (4) Halal labeling, price and quality together (simultaneously) has a positive and significant effect on Decision to Purchase Frozen Food Products at PT. Ciomas Adisatwa Palembang.

Keywords: *Purchase Decision, Quality, Price, Halal Labelin*

Abstrak

Skripsi membahas Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Frozen Food Pada PT. Ciomas Adisatwa Palembang. Penelitian bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Frozen Food Pada PT. Ciomas Adisatwa Palembang. Data penelitian adalah data primer yang diperoleh dari sumber pertama, seperti data-data Perusahaan dan hasil kuisioner. Metode yang digunakan Studi Kolerasional, Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis yang dibantu software SPSS 25. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa (1) Labelisasi Halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (3) Kualitas secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (4) Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Frozen Food Pada PT. Ciomas Adisatwa Palembang.

Kata Kunci: *Keputusan Pembelian, Kualitas, Harga, Labelisasi Halal*

PENDAHULUAN

Negara Indoensia yang merupakan negara dengan penduduk yang memiliki populasi muslim terbesar di dunia. Indonesia hanya memiliki satu buah lembaga saja untuk mengurus sertifikasi Halal. Agar tidak terjadi tuntutan atau protes di masyarakat di masa mendatang, maka pimpinan Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk sebuah lembaga khusus untuk mengkaji pangan, obat dan kosmetika (LP POM).

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat di jelaskan bahwa penerapan label halal menjadi salah satu faktor keputusan konsumen dalam membeli suatu produk yang kita inginkan. Lembaga atau institusi yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang di konsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini secara teliti mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan label halal pada produk yang diperiksa dan diuji. Artinya, produk yang telah melalui proses audit tersebut, secara umum telah terbebas dari unsur-unsur yang membahayakan dan aman untuk dikonsumsi. Tugas dari LPPOM MUI juga semakin diperkuat melalui Undang-Undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang menjadi salah satu instrument penting dalam menjamin kepastian hukum atas penyelenggaraan jaminan produk halal yang ada di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Label Halal

Label halal adalah label yang memuat keterangan halal dengan standar halal menurut agama Islam. Berdasarkan peraturan pemerintah Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan menyebutkan, label adalah setiap keterangan mengenai suatu produk yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada produk, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan produk

Harga

Menurut Danang Sunyoto harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya hanya mewakili harga. Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibandingkan manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai *negative*. Konsumen mungkin akan menganggap sebagai nilai yang buruk kemudian akan mengurangi konsumsi terhadap produk tersebut. Bila manfaat yang diterima lebih besar, maka yang terjadi adalah produk tersebut memiliki nilai *positif*.

Kualitas

Menurut Supriyono Kualitas atau quality adalah karakteristik dan fitur produk atau layanan yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Keputusan Pembelian

Menurut Dwi Sinta Aangraini Keputusan pembelian adalah suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pengambilan keputusan konsumen adalah proses perintegrasi yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian lapangan dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode ini juga digunakan untuk penelitian pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data, bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Hasil dari penelitian ini nantinya akan dipaparkan dengan mendeskripsikan hasil dari yang telah didapat melalui penelitian di lapangan.

Laporan hasil penelitian dikelola menggunakan teknik analisis data dengan metode regresi linier berganda. Regresi linear berganda merupakan analisis yang digunakan untuk seberapa besar pengaruh antara variabel yang berhubungan. Adapun wilayah penelitian ini berada pada PT. Ciomas Adisatwa yang ada di Kota Palembang.

Populasi Dan Sampel

Populasi ialah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kualitatif maupun kuantitatif, dari pada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas. Tujuan diadakan populasi ialah agar kita dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generasinya. Dalam populasi, terdapat unit-unit populasi ataupun jumlah bagian populasi. Populasi yang digunakan ialah seluruh konsumen dan karyawan di PT. Ciomas Adisatwa Palembang. Yang berjumlah sekitar 120 orang data yang diambil.

Untuk menentukan ukuran sampel dapat menggunakan Rumus Slovin. Maka berdasarkan hasil menggunakan rumus tersebut, sampel yang di ambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dengan taraf kesalahan 5%.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh variabel Labelisasi Halal (X1), memiliki nilai thitung sebesar 3,831 sedangkan signifikansi 0,000. Nilai tabel diperoleh dari (n-k-1) pada tabel distribusi t yaitu 1,98498. Maka sesuai dengan pengambilan keputusan pada uji t yaitu thitung > ttabel atau signifikansi < 0,05 dengan nilai 3,831 > 1,98498 atau nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Labelisasi Halal (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) di PT. Ciomas Adisatwa Palembang. Maka, H_a diterima dan H₀ ditolak. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian semakin tinggi tingkat labelisasi halal maka keputusan pembelian juga semakin tinggi atau meningkat.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh variabel Labelisasi Halal (X1), memiliki nilai thitung sebesar 5,820 sedangkan signifikansi 0,000. Nilai ttabel diperoleh dari (n-k-1) pada tabel distribusi t yaitu 1,98498. Maka sesuai dengan pengambilan keputusan pada uji t yaitu thitung > ttabel atau signifikansi < 0,05 dengan nilai 5,820 > 1,98498 atau nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) di PT. Ciomas Adisatwa Palembang. Maka, H_a diterima dan H_0 ditolak. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian semakin tinggi tingkat h_a maka keputusan pembelian juga semakin tinggi atau meningkat.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh variabel Labelisasi Halal (X1), memiliki nilai thitung sebesar -3,914 sedangkan signifikansi 0,000. Nilai ttabel diperoleh dari (n-k-1) pada tabel distribusi t yaitu 1,98498. Maka sesuai dengan pengambilan keputusan pada uji t yaitu thitung > ttabel atau signifikansi < 0,05 dengan nilai -3,914 > 1,98498 atau nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas (X3) berpengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) di PT. Ciomas Adisatwa Palembang. Maka, H_a diterima dan H_0 ditolak. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian semakin tinggi tingkat kualitas maka keputusan pembelian juga semakin tinggi atau meningkat.

Hasil penelitian menyatakan bahwa ada pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Frozen Food pada PT. Ciomas Adisatwa Palembang. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik F_{hitung} sebesar 51.816 satu satuan dan F_{tabel} sebesar 2,699 dengan tingkatan signifikansi 0,002 < 0,05. diperoleh 2,699 satu satuan dari tabel statistik. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ (51.816 > 2,699). Maka perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji determinasi R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai determinasi sebesar 0,786 satu satuan artinya persentase sumbangan pengaruh variabel Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian sebesar 78,6% sedangkan sisanya sebesar 50,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh labelisasi halal, harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian produk makanan frozen food pada PT. Ciomas Adisatwa Palembang maka dapat ditarik kesimpulan:

- a. Variabel Labelisasi Halal (X1) menunjukkan nilai signifikansi (0,000 < 0,05) dan nilai thitung 3,631 > ttabel 1,98498 maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Labelisasi Halal (X1) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- b. Variabel Harga (X2) menunjukkan nilai signifikansi (0,000 < 0,05) dan nilai

$t_{hitung} 5.620 > t_{tabel} 1,98498$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Harga (X2) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

- c. Variabel Kualitas (X3) menunjukkan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) dan nilai $t_{hitung} -3.914 > t_{tabel} 1,98498$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas (X3) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- d. Variabel Labelisasi Halal (X1), Harga (X2) dan Kualitas (X3) secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan petani nanas (Y). Ditunjukkan dengan hasil uji F diperoleh hasil perhitungan $F_{hitung} = 51.816$ satu satuan dengan tingkat signifikan 0,000, sehingga nilai $F_{tabel} df1 = 3$ dan $df2 = 100$ diperoleh 2,699 satu satuan dari tabel statistik. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($51.816 > 2,699$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan maka saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut.

- a. Besarnya pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian maka diharapkan kepada produsen luar namun belum memiliki label halal untuk dapat mendaftarkan produknya ke pihak yang berwenang agar segera mendapatkan sertifikat halal.
- b. Produsen harus tetap mempertahankan kualitas produk dengan cara menjaga kehalalan produk.
- c. Bagi akademik, diharapkan penelitian ini bisa dijadikan referensi dan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmadi, G., & Widati, S. R. W. (2013). Strategi Pemilihan Media Komunikasi LPPOM MUI Dalam Sosialisasi & Promosi Produk Halal di Indonesia. *Jurnal AL-AZHAR INDONESIA SERI PRANATA SOSIAL*, 2
- Basu Swastha. (2017). *Azas-Azas Marketing*. Erlangga.
- Farid Wajdi. (2019b). *Jamninan Produk Halal di Indonesia Urgensi Sertifikasi dan Labelisasi Halal*. Rajawali Pers.
- Panji Adam Agus Putra. (2017). Kedudukan sertifikasi halal dalam sistem hukum nasional sebagai upaya perlindungan konsumen dalam hukum Islam. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*.
- Republik Indonesia. (2016). *Undang-Undang RI No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 3*