



PENGARUH LABEL HALAL DAN KADALUWARSA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN DALAM KEMASAN DI INDOMARET BUPATI OESMAN BAKAR, KAYUARA KABUPATEN MUSI BANYUASIN

Nanda Sulistia Wati¹, Chandra Satria², Amir Salim³

¹Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah STEBIS IGM Palembang,

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

Email: Nandasulistiawati@gmail.com, chandras@stebisigm.ac.id,
amirsalim@stebisigm.ac.id

Abstract

This study means sure the effect of halal and Expired Labels on purchasing decisions for packaged beverage products at Indomaret Regent Oesman Bakar, Kayuara Musi Banyuasin Regency. Profitability is a purchasing decision that focuses on the halal label factor and the expiration of packaged beverage product. It measures costumer purchasing decisions in increasing the company's income. This study used halal and expired labels to measure profitability in the purchase decision of a packaged beverage product. The data used in this study is quantitative data in from of secondary data obtained from the result of questionnaires to consumers who shop. The sample selections technique is purposive sampling with the criteria of buyers buying packaged beverage products. From the results of data analysis, it can be identified that the halal label variable has a positive effect on purchasing decisions. Expired variable has a negative and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, the halal and expired label variables have an effect on purchasing decisions.

Keywords: halal labels, expiration, purchase decision

Abstrak

Penelitian ini mengukur pengaruh dari Label Halal dan Kadaluaarsa terhadap keputusan pembelian produk minuman dalam kemasan di Indomaret Bupati Oesman Bakar, Kayuara Kabupaten Musi Banyuasin. Profitabilitas adalah keputusan pembelian yang berfokus pada faktor label halal dan kadaluarsa produk minuman dalam kemasan. Hal tersebut mengukur keputusan pembelian konsumen dalam meningkatkan pendapatan perusahaan. Penelitian ini menggunakan label halal, dan kadaluarsa untuk mengukur profitabilitas dalam keputusan pembelian sebuah produk minuman dalam kemasan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif berupa data sekunder yang diperoleh dari hasil kuisioner kepada konsumen yang berbelanja. Teknik pemilihan sampel adalah sampling dengan kriteria pembeli yang membeli produk minuman dalam kemasan. Dari hasil analisis data, dapat diidentifikasi bahwa variabel label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel kadaluarsa berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, variabel label halal dan kadaluarsa berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci ; *Label Halal, Kadaluwarsa, Keputusan Pembelian*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk muslim terbesar didunia, lebih kurangnya 80% penduduk di Indonesia Memeluk agama Islam, konsumen muslim akan memiliki sikap yang positif terhadap produk-produk yang menggunakan pendekatan halal dalam proses pemasaran. Konsumen muslim di Indonesia mencari sertifikasi halal autentik yang dikeluarkan oleh MUI (Majelis, Ulama Indonesia). Di dalam Islam halal dan haram sangat penting untuk umat muslim ketahui. Setiap muslim di perintahkan Allah SWT. Hanya memakan dan meminum-minuman yang halal dan menyehatkan. Minuman dan Makanan di katakan halal jika bagaimana cara memperolehnya dan cara pembuatannya, untuk mengetahui suatu kehalalan bisa dilihat dari proses awal pembuatan, bahan yang digunakan hingga akhir proses pembuatan, setelah itu baru di resmikan sebagai produk halal atau haramnya suatu produk.(A. izzudin, 2018)

Seorang muslim diwajibkan mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal, karena setiap makanan dan minuman yang kita konsumsi akan mendarah daging dalam tubuh dan menjadi sumber kekuatan yang penting untuk kehidupan. Ketidak inginan masyarakat muslim untuk mengkonsumsi makanan dan minuman yang haram, akan meningkatkan pemilihan dalam suatu proses pemilihan produk sehingga akan ada produk yang dipilih untuk dikonsumsi dan produk yang tidak bisa dikonsumsi (R,Cahyati:2016). Perintah dalam Al-Qur'an mengenai mengkonsumsi makanan yang halal terdapat dalam Q.S. Al-Baqarah2: 168.

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar. Dengan memberikan perhatian pada kualitas akan memberikan dampak yang positif kepada bisnis melalui dua cara yaitu dampak terhadap biaya produksi dan dampak terhadap pendapatan. Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar. Dengan memberikan perhatian pada kualitas akan memberikan dampak yang positif kepada bisnis melalui dua cara yaitu dampak terhadap biaya produksi dan dampak terhadap pendapatan (Nurlaila Harahap:2019).

Setiap orang dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen suatu produk barang tertentu. Konsumen tidak hanya dihadapkan pada persoalan lemahnya kesadaran dan kurangnya pengetahuan terhadap hak-haknya sebagai konsumen. Karena itu negara Indonesia telah mempunyai peraturan-peraturan

perundnag- undangan yang bertujuan memberikan perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen. Hak-hak yang dimaksud, misalnya bahwa konsumen tidak mendapatkan penjelasan tentang keterangan masa Kedaluwarsa produk pangan, yang juga merupakan salah satu informasi yang wajib dicantumkan oleh produsen pada label kemasan produk pangan.(A.L.B: 2005]. Pencantuman informasi tanggal kedaluwarsa menjadi sangat penting karena terkait dengan keamanan produk pangan dan untuk memberikan jaminan mutu pada saat produk sampai ke tangan konsumen. Kewajiban pencantuman masa kedaluwarsa pada label pangan diatur dalam Undang-undang Pangan No. 7/1996 serta Peraturan Pemerintah No. 69/1999 tentang Label dan Iklan Pangan, di mana setiap industri pangan wajib mencantumkan tanggal kedaluwarsa (*expired date*) pada setiap kemasan produk pangan, sehingga konsumen tidak terjebak pada hal-hal yang menyesatkan.

Produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syarat Islam, yaitu bahan yang tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi, tidak mengandung bahan yang diharamkan (seperti bahan-bahan yang berasal dari bahan- bahan organ manusia, dan kotoran-kotoran), semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut syariat Islam, dan semua makanan dan minuman tidak mengandung khamar. Dengan adanya label halal di dalam produk tersebut umat muslim akan tenang dalam memakai produk tersebut. Selain label halal, kadaluwarsa juga merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan membeli. Kadaluwarsa adalah batas waktu baik untuk konsumsi suatu produk makanan atau minuman, karena dengan tingkat kadaluwarsa yang ditetapkan oleh perusahaan yang memproduksi barang makanan atau minuman tersebut.

Menurut (Winardi 2013:610), 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. Kehalal dan kadaluwarsa produk minuman sangat berdampak terhadap keputusan pembelian di Indomaret Bupati Oesman Bakar, Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin sebagai lokasi penelitian.

LANDASAN TEORI

1. Label Halal

Menurut (A.Tarmizi 2017), Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label halal didapatkan setelah mendapatkan sertifikat halal. Label halal pada kemasan produk yang ada di Indonesia adalah sebuah logo yang tersusun dari huruf-huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran. Sedangkan menurut Yuswohady menyatakan bahwa label halal adalah jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia untuk memastikan bahwa produk tersebut sudah lolos pengujian kehalalan sesuai syariaat Islam.

2. Harga

Menurut (A.P.Lisungan:2013), Pengertian kadaluwarsa dalam peraturan menteri kesehatan RI telah mengalami perubahan karena berdasarkan peraturan menteri kesehatan nomor 346/men.Kes/per/IX/1983, pengertian tanggal kadaluwarsa adalah batas waktu akhir suatu makanan dapat digunakan sebagai makanan manusia.

Indikator secara umum indicator adalah nilai dari variabel yang akan kita ingin teliti, indicator sesuatu yang dapat memberikan petunjuk atau keterangan. Indikator kedaluwarsa yaitu :

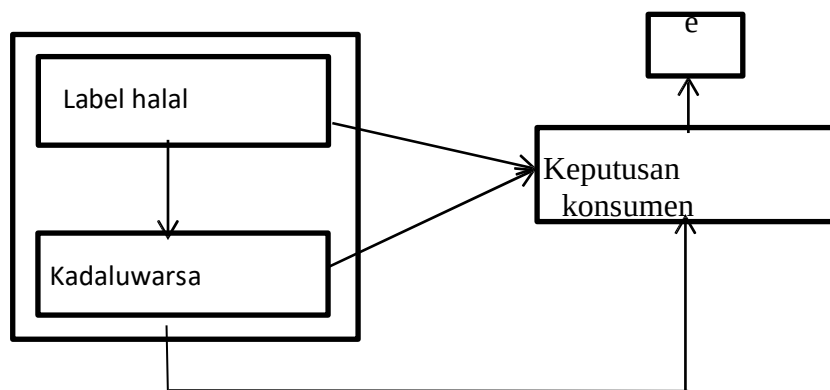
1. Batas keamanan produk bisa dikonsumsi oleh manusia.
2. Mempermudah konsumen agar konsumen tersebut teliti dalam membeli suatu produk
3. Konsumen bisa menilai kelayakan minuman kemasan tersebut.
4. Meyakinkan konsumen
5. Berjaga-jaga
6. Kekhawatiran
7. Ketertarikan

3. Keputusan Konsumen

Menurut (Winardi 2013:610), 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 perintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. 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 perintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan memilih pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.

4. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Variabel Independen merupakan variabel yang dipengaruhi akibat adanya variabel bebas. Dalam penelitian (X1) yaitu Label Halal, dan (X2) Kadaluwarsa. Dependen merupakan variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahan

timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian (Y) yaitu Keputusan Pembelian Produk Minuman dalam kemasan di Indomaret Bupati Oesman Bakar, Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin.

GAMBARAN UMUM DAN METODE PENELITIAN

1. Sejarah Singkat Indomaret Bupati Oesman Bakar, Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin

Semenjak didirikan pada tahun 1988 Indomaret telah mencapai kematangan dan kedewasaan dalam menjalankan bisnis. Dengan mempekerjakan 121.000 anak bangsa dan didukung dengan 33 pusat distribusi, hingga saat ini Indomaret telah berkembang di Jawa, Bali, Lombok, Madura, Sumatera, Sulawesi, Kalimantan, dan Nusa Tenggara Barat dengan Volume penjualan sekitar Rp. 49 triliun pertahun. Pada penelitian ini peneliti memilih Indomaret Bupati Oesman Bakar, Kayuara Kabupaten Musi Banyuasin.

2. Visi dan Misi

Visi

Menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global.

Misi

Mudah dan Hemat

3. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup mengenai metodologi penelitian ini meliputi jenis, sifat dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian dan teknik analisis data.

4. Jenis , Sifat dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Yaitu dengan terjun langsung kelapangan untuk mengali data dan mengali permasalahan yang diteliti ini.

2. Sifat

Adapun sifat penelitian ini adalah kuantatif, yaitu menekankan analisis pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan statistika.

3. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mengambil lokasi penelitian Di Indomart Bupati Oesman Bakar, Kayu Ara Kabupaten Musi Banyuasin

5. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam penelitian ini yaitu 115 orang yang terdiri dari konsumen indomaret Oesman Bakar, Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Pada pembahasan ini, penulis mengemukakan analisis Pengaruh Label Halal, dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen mini market mutiara indah talang kelapa Palembang dengan jumlah responden sebanyak 90 orang. Berikut ini adalah tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 1

**Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan
Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	Laki-Laki	45	50
2	Perempuan	45	50
Jumlah		90	100

Sumber : data primer diolah peneliti

2. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji ini menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujian yaitu : jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (dengan uji dua sisi dengan signifikan 0,05) maka instrument atau item- item pernyataan dinyatakan valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan signifikan 0,05) maka instrument atau item-item pernyataan dinyatakan tidak valid. Hasil uji validasi terhadap variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

a. Label halal

Tabel 3
Hasil Uji Validitas
Label Halal (X1)

Hasil Uji Validitas Label Halal (X1)

Item Pernyataan	t hitung	t. table	Keterangan
1	0,589	0,1662	Valid
2	0,477	0,1662	Valid
3	0,571	0,1662	Valid
4	0,587	0,1662	Valid
5	0,515	0,1662	Valid
6	0,634	0,1662	Valid
7	0,496	0,1662	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian dari tabel diatas setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 7 pernyataan untuk variabel Label Halal (X1) dinilai semua butir pernyataan valid.

b. Kadaluwarsa (X2)

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Kadaluwarsa (X2)

Item Pernyataan	t hitung	t. table	Keterangan
1	0,687	0,1662	Valid
2	0,562	0,1662	Valid
3	0,429	0,1662	Valid
4	0,650	0,1662	Valid
5	0,581	0,1662	Valid

6	0,630	0,1662	Valid
7	0,544	0,1662	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian dari tabel 4.4 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi t hitung $>$ t tabel. Dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 7 pernyataan untuk variabel Kadaluwarsa (X2) dinilai semua butir pernyataan valid.

c. Keputusan Konsumen (Y)

Tabel 5
Keputusan Konsumen

Item Pernyataan	t hitung	t. table	Keterangan
1	0,416	0,1662	Valid
2	0,287	0,1662	Valid
3	0,498	0,1662	Valid
4	0,422	0,1662	Valid
5	0,487	0,1662	Valid
6	0,500	0,1662	Valid
7	0,516	0,1662	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian dari tabel 4.5 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi t hitung $>$ t tabel. Dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 7 pernyataan untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) dinilai semua butir pernyataan valid.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas data menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal hasil uji normalitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov
Test One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.18671883
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.870
Asymp. Sig. (2-tailed)		.435

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Ouput SPSS 25 Uji Kolmogorov-Smirnov Test

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas menggunakan metode *one sample kolmogrov-smirnov* menunjukkan bahwa nilai residual dari variabel independen dan variabel dependen pada jumlah sample (N) sebesar 90 adalah 0.435. Berarti data dari penelitian ini berdistribusi normal. Karena nilai residualnya lebih besar dari signifikansi 0,05 atau $0,435 > 0,05$. Sehingga model regresi dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

b. Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Autokorelasi dapat dideteksi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan criteria jika :

- 1) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- 2) Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
- 3) Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negative

Tabel 4.7
Uji Autokolerasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.872 ^a	.761	.755	1.200	1.878

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

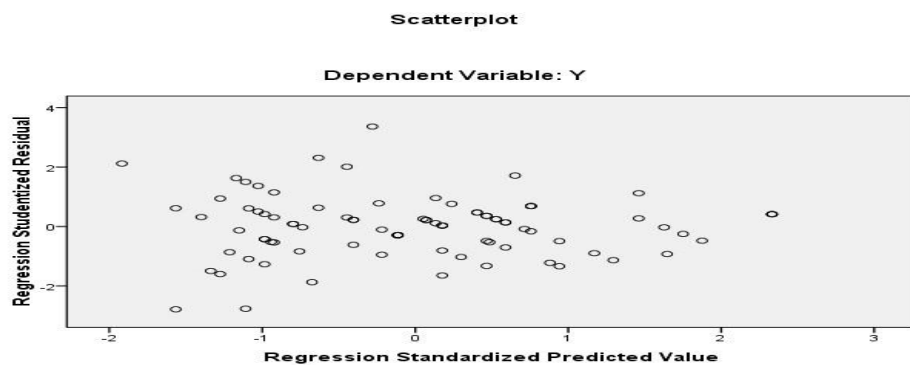
Sumber : Output SPSS 25 Uji Autokolerasi Menggunakan Durbin-Watson

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1.932. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi karena nilai Durbin-Watson diantara -2 dan +2.

c. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang bersifat *homoskedastisitas* atau tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Deteksi ada atau tidaknya masalah heteroskedastisitas adalah dengan media grafik *scatterplot*, apabila grafik membentuk pola khusus maka model regresi terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Gambar 4.2
Uji Heteroskedastisitas



Sumber : output SPSS

4. Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh secara simulasi.

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menaksir bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Berdasarkan hasil output SPSS terlihat bahwa pengaruh dua variabel independen (Label Halal, dan Kadaluwarsa) terhadap Keputusan Pembelian pada tabel 4.9.

Tabel 4.9
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Model						
1	(Constant)	13.030	1.071		12.160	.000
	X1					
	X2	.745	.071	1.027	10.502	.000
		-.131	.067	-.191	-1.950	.054

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS 25, Uji Analisis Berganda

Dari hasil analisis regresi berganda yang terlihat pada tabel 4.9 persamaan regresi linear terbentuk adalah:

$$Y = 13,030 + 0,745X1 - 0,131X2 + 0,05$$

Analisis dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Konstan () sebesar 5,381 menyatakan apabila semua variabel independen sama dengan nol atau dianggap konstan, maka nilai Keputusan Pembelian sebesar 5.381;
- 2) Perubahan variabel Label Halal (X1) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,745.
Koefisien bertanda Positif yang artinya setiap kenaikan rasio Labelisasi Pembelian sebesar 1% akan menyebabkan penurunan debt ratio sebesar 0,745 % dengan asumsi faktor-faktor lainnya tetap atau *ceteris paribus*;
- 3) Perubahan variabel SNI mempunyai nilai koefisien regresi sebesar -0,131. Koefisien bertanda negatif, yang artinya setiap kenaikan Harga sebesar 1% akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,131% dengan asumsi faktor-faktor lainnya tetap atau *ceteris paribus*;

4) Uji Signifikansi Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen Berdasarkan hasil output SPSS dapat dilihat nilai signifikansi setiap variabel independen dalam Tabel 4.10

Coefficients^a

		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.030	1.071		12.160	.000
	X1					
	X2	.745	.071	1.027	10.502	.000
		-.131	.067	-.191	-1.950	.054

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS 25, Uji Signifikan Individual

Berdasarkan Tabel 4.10. tersebut, dapat dianalisis pengaruh signifikansi masing-masing variabel independen sebagai berikut:

- Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai t hitung Label Halal sebesar 10,502 sedangkan berdasarkan nilai t tabel sebesar 1,662 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, maka ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel labelisasi Halal terhadap variabel keputusan pembelian karena nilai t hitung lebih tinggi dari t tabel dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (derajat kepercayaan). Sehingga dapat disimpulkan variabel label halal secara individual tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
- Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai t hitung Kadaluwarsa sebesar 1,950 sedangkan berdasarkan nilai t tabel sebesar 1,66235 dan nilai signifikansi sebesar 0,054, maka ini berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian karena nilai t hitung lebih tinggi dari t tabel dan nilai signifikansi sebesar $0,054 < 0,05$ (derajat kepercayaan). Sehingga dapat disimpulkan variabel harga secara individual berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel keputusan pembelian.

5. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil output SPSS terlihat bahwa pengaruh secara bersamaan tiga variabel independen tersebut (laba ditahan, current ratio, dan return on assets) terhadap debt ratio ditunjukkan pada Tabel 4.11

Tabel 4.11.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	398.45	2	199.22	138.28	.000
Regression	125.33	87	1.441		
Residual	523.78	89			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh nilai F sebesar 138,286 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 32,569 yang lebih tinggi dari F tabel sebesar 2,71 menunjukkan variabel label halal dan kadaluwarsa secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

6. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk menggambarkan seberapa besar perubahan atas variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Koefisien determinasi atau *adjusted R2* dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12
Koefisien Determinasi Simultan
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 ^a	.761	.755	1.200

a. Predictors: (Constant), X2, X1 b. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS 25, Uji Koefisien Determinasi Simultan

1. Nilai koefisien korelasi ganda (R) menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel independen yang terdiri dari labelisasi halal, dan harga terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian, besarnya nilai koefisien korelasi adalah 0,710 artinya pengaruh variabel labelisasi halan, dan return on assets adalah 0,710 %. Artinya variabel label halal dan kadaluwarsa terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan yang erat
2. Nilai koefisien determinasi (*adjusted R2*) sebesar 0,504 atau 45%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen berupa label halal, dan kadaluwarsa secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen keputusan pembelian sebesar 45%, sedangkan sisanya sebesar 55% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model regresi dalam penelitian ini.

PEMBAHASAAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

- a. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman dalam Kemasan di Indomaret Bupati Oesman Bakar, Kayuara Kabupaten Musi Banyuasin, Dari hasil penelitian dapat diketahui variabel label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dapat dilihat dari signifikansi label halal sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari t hitung sebesar 10, 502 sedangkan berdasarkan nilai t tabel sebesar 1, 66235. Koefisien regresi label halal sebesar 0.745 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan nilai label halal sebesar satu

satuan, maka akan diikuti dengan kenaikan keputusan pembelian sebesar 0.745, maka dengan demikian H₁ diterima,

- b. Pengaruh Kadaluwarsa terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman dalam Kemasan di Indomaret Bupati Oesman Bakar, Kayuara Kabupaten Musi Banyuasin, Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai t hitung kadaluarsa sebesar -1,950 sedangkan berdasarkan nilai t tabel sebesar 1,66235 dan nilai signifikansi sebesar 0,054, maka ini berarti berpengaruh negatif signifikan antara variabel kadaluarsa terhadap variabel keputusan pembelian karena nilai t hitung lebih rendah dari t tabel dan nilai signifikansi sebesar $0,054 > 0,05$ (derajat kepercayaan), maka H₂ ditolak
- c. Berdasarkan penjelasan diatas peneliti mengambil kesimpulan variabel harga secara individual bahwa Label Halal berpengaruh positif signifikan dan kadaluarsa berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, hipotesis dari penelitian ini adalah H₁ dan H₃ diterima dan H₂ ditolak

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Label Halal dan Kadaluwarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman dalam Kemasan di Indomaret Bupati Oesman Bakar, Kayuara Kabupaten Musi Banyuasin, adalah sebagai berikut:

1. Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman dalam kemasan di Indomaret Bupati Oesman Bakar, Kayuara Kabupaten Musi Banyuasin;
2. Kadaluwarsa berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian produk minuman dalam kemasan di indomaret Bupati Oesman Bakar, Kayuara Kabupaten Musi Banyuasin
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga, label halal menunjukkan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di mana nilai signifikannya sebesar, 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai F sebesar 138,286, maka hipotesis ketiga sejalan.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa variabel label halal lebih dominan dibandingkan dengan variabel kadaluarsa.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Izzudin, “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner,” *Penelit. Ipteks*, vol. 3, no. 2, pp. 100–114, 2018, [Online].
Available:http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/view/1886/1547.
- A. L. B. Masalah, “pengaruh label halal dan tanggal kedaluwarsa terhadap keputusan pembelian produk minuman kemasan pada mahasiswa IAIN

ANTASARI BANJARMASIN,” pp. 1–13, 2005.

- A. P. Lisungan, “Perlindungan hukum terhadap konsumen yang menggunakan produk pangan kedaluwarsa di Indonesia,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013.
- A. S. Y. A. Muhammad, *Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.* .
- A. Tarmizi and U. Ulyah, “Pengaruh Tanggal Kadaluwarsa dan Label Halal pada Kemasan Produk Makanan terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Sungai Terap Muaro Jambi,” *Innov. J. Relig. Innov. Stud.*, vol. 17, no. 1, pp. 45–54, 2017, doi: 10.30631/innovatio.v17i1.15.
- A. Ulil, A. Al, I. Salatiga, and K. Kunci, “Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluwarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul,” vol. 3, no. 1, pp. 641–647, 2020.
- B. Kurniawan, “pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik (studi kasus mahasiswa FEBI UIN STS JAMBI),” 2019.
- Cut tari Fadila, “Analisis Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Roti Bread Boy Bakery & Cake Shop di Banda Aceh),” *Ayan*, vol. 8, no. 5, p. 55, 2019.
- Dwi Sinta Anggraini, *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Sts Jambi)*, vol. 53, no. 9. 2020.
- Dwi Sinta Anggraini, *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Sts Jambi)*. 2020.
- F. M. Sari, A. Makhrian, and K. Buldani, “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu),” *Prof. J. Komun. dan Adm. Publik*, vol. 5, no. 1, 2019, doi: 10.37676/professional.v5i1.709.
- Kurniati, “Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam,” *JESI (Jurnal Ekon. Syariah Indones.*, vol. 6, no. 1, pp. 45–52, 2016, [Online]. Available: <http://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/387>.
- M. R. Bagus Riski, Nurlaila Harahap, “Analisis pengaruh kualitas produk, label halal, harga jual terhadap keputusan pembelian konsumen muslim (Studi Kasus Pada Cemilan Makanan Olahan UD. Rezeki Baru Kecamatan Medan Denai0,” Vol. 3, 2019.
- P. W. Widyaningrum, “Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo),” 2016.
- R. Cahyati, “Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Minat Beli Luwak White Coffe Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda,” 2016.

- R. S. Nugraheni, “Minuman Terhadap Kesehatan,” vol. 2015, no. 2016, pp. 1–239, 2015.
- S. A. Alim, M. K. Mawardi, and A. S. Bafadhal, “Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang),” *J. Adm. Bisnis*, vol. 62, no. 1, pp. 127–134, 2018.
- T. Bulan and M. Rizal, “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang,” *J. Manaj. dan Keuang. Unsam*, vol. 5, no. 1, pp. 431–439, 2016.
- Y. M. Rambe and S. Afifuddin, “Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim,” *J. Ekon. dan Keuang.*, vol. Vol. 1, No, no. 427, pp. 37–45, 2012.
- Y. Rambe and S. Afifuddin, “Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Al-washliyah, Medan),” *J. Ekon. dan Keuang.*, vol. 1, no. 1, p. 14866, 2012.