

PENGARUH LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SAMYANG (STUDI KASUS INDOMARET DESA TULUNG SELAPAN ULU KECAMATAN TULUNG SELAPAN KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR)

Muhammad Siddiq

Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah STEBIS IGM Palembang

Email:mtasqiroh@gmail.com

Abstract

In meeting their needs, a person will choose a product that can provide the highest satisfaction, namely the response or response of consumers regarding the fulfillment of needs. The factors that create the highest satisfaction for each person are different, but in general factors such as product quality and price are often considered by consumers. This study aims to analyze the effect of halal label, product quality and price on purchasing decisions with a case study in Indomaret, Tulung Selapan Ulu Village. This research uses multiple linear analysis method which is processed using SPSS. The results showed that partially the halal label had no positive and significant effect on purchasing decisions with a t-count value of $0.955 < t\text{-table } 1.660$. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-count value of $13.524 > t\text{-table } 1.660$. Price has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-count value of $3.328 > t\text{-table } 1.660$. Simultaneously, the halal label, product quality and price have a positive and significant effect on purchasing decisions with an f-count value of $88.104 > f\text{-table } 2.70$ and a significant probability value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Halal Labeling, Product Quality, Price, Purchase Decision

Abstrak

Dalam memenuhi kebutuhannya, seorang akan memilih produk yang dapat memberikan kepuasan tertinggi yaitu respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Faktor-faktor yang menciptakan kepuasan tertinggi bagi setiap orang berbeda-beda, namun secara umum faktor seperti kualitas produk dan harga seringkali menjadi pertimbangan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan studi kasus di Indomaret Desa Tulung Selapan Ulu. Penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda yang diolah menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial label halal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung $0,955 < t\text{-tabel } 1,660$. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung $13,524 > t\text{-tabel } 1,660$. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung $3,328 > t\text{-tabel } 1,660$. Secara simultan, label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai f-hitung $88,104 > f\text{-tabel } 2,70$ dan

nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : *Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian*

PENDAHULUAN

Globalisasi membawa banyak dampak bagi kehidupan masyarakat. Salah satu dampak dari arus globalisasi ini terlihat pada perubahan pola makan, terutama pada pola makan masyarakat perkotaan, yang dulunya mengonsumsi nasi yang merupakan makanan pokok dengan kandungan karbohidrat, kini berubah menjadi mie yang berbahan baku tepung terigu juga memiliki kandungan karbohidrat yang sama namun berbeda tingkat kalorinya. Hal ini didasari oleh kehidupan masyarakat perkotaan yang cenderung sibuk dan aktif, sehingga membutuhkan makanan yang praktis dan cepat saji.

Salah satu makanan yang sangat digemari di Indonesia adalah mie instan. Indonesia sebagai daerah urban memiliki karakteristik masyarakat yang menyukai mie instan. Mie instan merupakan kategori dari makanan yang memiliki jumlah pembeli sangat besar dan paling sering dibeli oleh konsumen di Indonesia. Mie instan gemar disukai konsumen karena kemudahan dalam mengkonsumsinya, jangkauan distribusi yang sangat luas, juga promosi dan inovasi yang beragam. Indonesia merupakan negara terbesar kedua dalam mengonsumsi mie instan, yang pertama ialah China.

Konsep kehalalan di kehidupan masyarakat Indonesia sudah diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat. Halal diperuntukkan bagi sesuatu yang baik dan bersih untuk dimakan atau untuk dikonsumsi oleh manusia menurut syariat Islam. Lawan halal adalah haram yaitu tidak dibenarkan atau dilarang menurut ajaran Islam. Pencantuman label halal sarana informasi dari produsen ke konsumen mengenai produk yang akan dijualnya. Sehingga konsumen benar-benar mengetahui bahan-bahan apa saja yang digunakan, termasuk bahan tambahan yang tertera dikemasan. Pelabelan yang benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku akan membentuk terciptanya perdagangan yang jujur dan bertanggung jawab.

LANDASAN TEORI

1. Latar Belakang Pendirian Indomaret

Berawal dari pemikiran untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan, maka pada tahun 1988 didirikanlah sebuah gerai yang diberi nama Indomaret. Sejalan pengembangan operasional toko, perusahaan tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Guna mengakomodasi tujuan tersebut, beberapa orang karyawan ditugaskan untuk mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat. Kesimpulan yang didapat adalah bahwa masyarakat cenderung memilih belanja di gerai modern berdasarkan alasan kelengkapan pilihan produk yang berkualitas, harga yang pasti dan bersaing, serta suasana yang nyaman.

Berbekal pengetahuan mengenai kebutuhan konsumen, keterampilan pengoperasian toko dan pergeseran perilaku belanja masyarakat ke gerai modern, maka terbit keinginan luhur untuk mengabdikan lebih jauh bagi nusa dan bangsa. Niat ini diwujudkan dengan mendirikan Indomaret, dengan badan hukum PT. Indomarco Prismatama.

PT. Indomarco Prismatama adalah perusahaan swasta nasional pengelola jaringan mini market Indomaret dengan akta notaris No. 207, tertanggal 21 November 1988 oleh Bapak Benny Kristianto dan SIUP No.789/0902/PB/XII/88 tanggal 20 Desember 1988.

2. Visi dan Misi Indomaret

Dalam rangka mendorong tumbuh kembang Indomaret maka sebagai sebuah organisasi memiliki visi dan misi yang jelas dalam menjalankan operasionalnya, yaitu :

a. Visi Indomaret.

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

b. Misi Indomaret.

Meningkatkan pelayanan terbaik sehingga kepuasan pelanggan menjadi sasaran utama yang harus dapat dipenuhi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian asosiatif dengan metode pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas. Secara keseluruhan pembahasan dan interpretasi hasil penelitian sebagai berikut:

1. Analisis Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Desa Tulung Selapan

Berdasarkan pada tabel 4.10, variabel label halal (X1) secara parsial tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Indomaret Desa Tulung Selapan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t- hitung sebesar 0,995 yang lebih kecil dari nilai t-tabel sebesar 1,660 dengan nilai signifikan 0,322 > 0,05.

Berdasarkan temuan hasil penelitian ini dapat diinterpretasikan bahwa variabel label halal (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) karena Desa Tulung Selapan mayoritas penduduknya muslim sehingga dalam mengonsumsi sesuatu khususnya produk makanan masyarakat sudah merasa terjamin kehalalannya meski tidak adanya label halal.

2. Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Desa Tulung Selapan.

Berdasarkan hasil tabel 4.10 secara parsial, variabel kualitas produk (X2) memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan pembelian (Y) pada Indomaret Desa Tulung Selapan dimana nilai t-hitung sebesar 13,524 yang lebih besar dari nilai t-tabel 1,660 dan nilai signifikan 0,00 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan faktor yang paling menentukan dalam proses keputusan pembelian karena kualitas produk yang mencakup rasa, packaging, dan

porsi akan menentukan sejauh mana produk tersebut dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

3. Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Indomaret Desa Tulung Selapan.

Pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa variabel harga (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Indomaret Desa Tulung Selapan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung 3,328 yang lebih besar dari nilai t-tabel 1,660 dengan signifikan $0,001 < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat diinterpretasikan bahwa penentuan harga yang tepat akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga yang terlalu tinggi atau rendah akan berpengaruh buruk terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penetapan harga menjadi penting untuk diperhatikan oleh produsen.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://indomaret.co.id/korporat/seputar-indomaret/peduli-dan-berbagi/2014/01/16/sejarah-dan-visi/>, “Profil Sejarah Indomaret”,
- Sugiono.2013. *Metode penelitian pendidikan , pendekatan kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfa Beta
- Sugiyono.,2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta,
- Widodo, T. (2015). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta