

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia memiliki banyak sekali kebutuhan yang harus selalu terpenuhi, yaitu kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan adalah sebuah kondisi dimana kita merasa kekurangan atas suatu barang tertentu, dan ada sebuah dorongan untuk memenuhinya. Hal ini biasanya dikaitkan dengan barang-barang kebutuhan pokok, salah satunya yaitu kebutuhan akan makanan seperti makanan pokok. Selain makanan pokok, ada beragam jenis makanan lainnya, salah satunya makanan khas daerah.

Makanan khas daerah, merupakan makanan yang lahir atau berasal dari suatu daerah dan dijadikan sebagai ciri khas daerah tersebut. Setiap kota yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia tentunya memiliki makanan khasnya tersendiri. Contohnya seperti Garut, yang mempunyai makanan khas berupa dorokdok, dodol, ladu, burayot dan masih banyak lagi. Namun, makanan khas yang paling terkenal dari Garut adalah makanan manis. Salah satunya yaitu kue ladu. Ladu adalah kue basah yang terbuat dari ketan, gula aren dan parutan kelapa. Ladu memiliki rasa yang manis seperti dodol. Namun berbeda dengan dodol, ladu memiliki bentuk segitiga dan dibalur dengan tepung ketan. Ada begitu banyak produk kue ladu dengan merek dan kualitas yang berbeda-beda. Selain itu tidak semua produk kue ladu yang ada di Garut memiliki label halal pada kemasannya. Saat ini zaman semakin modern, ditandai dengan semakin majunya teknologi yang ada. Sehingga memberikan kemudahan setiap manusia memperoleh berbagai macam informasi, termasuk informasi suatu produk. Salah satu hak konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan produk yang akan dibeli adalah adanya informasi langsung ataupun tidak langsung dalam produk tersebut. Informasi secara langsung biasanya terdapat pada kemasan produk yang dibeli, mulai dari komposisi, keterangan produk, petunjuk pemakaian, label halal serta tempat produksi produk tersebut. Sedangkan informasi yang tidak secara langsung yaitu informasi yang berasal dari lingkungan sekitar ataupun iklan dimedia.

Data penduduk kabupaten Garut berdasarkan wilayah dan agama pada tahun 2020 ada sebanyak 2.636.637 jiwa, dan jumlah penduduk muslim yang tinggal di kabupaten Garut ada 2.394.460 jiwa.¹ Sedangkan, masyarakat yang tinggal di daerah Banjarwangi berjumlah 507 orang dan seluruhnya merupakan seorang muslim. Apabila mengacu pada data tersebut, dapat disimpulkan penduduk yang tinggal di kabupaten Garut dan desa Banjarwangi merupakan seorang muslim. Maka sebagian besar konsumen yang tinggal di daerah Garut dapat dikategorikan sebagai konsumen muslim, dimana dari hal tersebut kita dapat mengasumsikan bahwa para konsumen di daerah Garut dan desa Banjarwangi akan lebih memperhatikan kehalalan serta kualitas dalam pembelian suatu produk.

Dalam memilih produk, upaya yang dapat dilakukan oleh seorang konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya salah satunya yaitu dengan melihat informasi yang terdapat pada atribut produk pada suatu produk. Atribut produk merupakan suatu unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Atribut tersebut dapat juga dijadikan sebagai media informasi konsumen untuk memperoleh kepercayaan terhadap produk baik secara lahir maupun batin salah satunya ialah label halal.

Bagi seorang konsumen muslim, kehalalan merupakan suatu hal yang utama dalam memilih dan mengkonsumsi suatu produk. Maka dalam setiap produk makanan yang akan dikonsumsi, para konsumen muslim akan senantiasa mencari informasi tentang produk tersebut. Maka dari itu setiap produsen makanan dalam memasarkan produknya harus senantiasa memberikan informasi kepada para konsumen, salah satunya informasi tentang kehalalan produk tersebut. Konsep halal telah banyak dikenal dan diterapkan di Indonesia, khususnya oleh umat muslim. Halal diartikan sebagai sesuatu yang baik, bersih dan tentunya boleh digunakan atau dikonsumsi oleh manusia. Dalam QS. Al-Baqarah : 168, Allah SWT berfirman:

¹ www.bps.go.id. Diakses pada 17 Januari 2021

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu”. (Qs.Al-Baqarah : 168)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan manusia untuk mengonsumsi makanan yang halal juga baik dari apa yang bisa manusia dapatkan di muka bumi ini. Ayat ini juga menjelaskan tentang larangan Allah SWT yaitu mengikuti langkah-langkah syaitan, hal tersebut merujuk pada mengonsumsi sesuatu yang haram.

Mengingat mayoritas penduduk yang tinggal di Indonesia merupakan seorang muslim, maka dapat diasumsikan bahwa label halal dapat mempengaruhi keputusan seorang konsumen dalam membeli suatu produk. Pencantuman label halal dilakukan sebagai bentuk jaminan dan perlindungan bagi seorang konsumen, agar pada saat mengonsumsi suatu produk konsumen merasa tenang secara batin. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hely Zella Rafita yang berjudul “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung)”, hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana signifikansi label halal lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian tersebut.²

Menurut Kotler dan Keller, keputusan pembelian didefinisikan sebagai keputusan untuk membeli atau tidak membeli produk melalui tahapan keputusan pembelian yaitu mengenali masalah dalam hal ini apa yang dibutuhkan oleh seorang konsumen, kemudian mencari informasi mengenai apa dan bagaimana kebutuhannya itu terpenuhi, kemudian mempertimbangkan dan mengevaluasi berbagai alternatif yang ada, hingga akhirnya memutuskan untuk membeli dan

² Hely Zella Rafita, “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik”, *Skripsi Gelar Sarjana*, (Lampung : UIN Raden Intan, 2017).

bagaimana perilaku dan perasaan konsumen pasca melakukan pembelian produk tersebut.³ Konsumen melalui tahapan mengenali masalah dengan mencari tahu apa yang dibutuhkan oleh mereka, atau dalam tahapan keputusan pembelian disebut sebagai tahap pengenalan masalah. Menurut Rakhmawati sebagaimana yang dikemukakan oleh Cut Tari Fadila, saat ini konsumen sudah lebih sadar dan selektif dalam memilih dan memutuskan untuk membeli suatu produk. Konsumen akan memilih produk yang memiliki informasi kehalalan serta kelayakan untuk dikonsumsi.⁴

Fenomena yang terjadi dikalangan para konsumen tersebut sejalan dengan prinsip pemimpin PD.Ciptarasa. Dimana pemilik menyadari, bahwa sekarang ini sebagian besar konsumen cenderung mempertimbangkan aspek kehalalan suatu produk pada saat melakukan pembelian suatu produk. Hal tersebut mendorong pemilik untuk melakukan pemberian label halal pada produk nya.

Dalam dunia usaha, tentunya persaingan dengan para kompetitor akan selalu terjadi. Maka dari itu, setiap pelaku usaha dituntut untuk selalu melakukan inovasi dan juga menjaga mutu atau kualitas dari produknya agar dapat bersaing. Maka dari itu kualitas produk merupakan suatu hal penting yang harus selalu diperhatikan. Kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana produk dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Menurut Kotler dan Armstrong sebagaimana dikemukakan oleh Andre Tresna Trismawan, kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan.⁵

Suatu produk yang memiliki kualitas yang baik tentunya memiliki suatu keunggulan tersendiri. Produk dengan kualitas yang baik akan memiliki tempat di

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran. Edisi Ke 13*, (Jakarta: Erlangga, 2009).

⁴ 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)," *Skripsi Gelar Sarjana* (Banda Aceh : Universitas Islam Negeri Ar-Ranary, 2019).

⁵ Andre Dwi Trisnawan, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung Di Semarang," *Tugas Akhir*, (Semarang : Universitas Dian Nuswantoro, 2014).

hati para konsumen, dan juga akan selalu diutamakan oleh para konsumen. Sebagaimana dalam penelitian yang dilakukan oleh Zella Anggraeni dengan judul “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah”, dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa kualitas produk memiliki peluang besar dalam pengambilan keputusan pembelian seorang konsumen.⁶

Maka dari itu, kualitas produk juga sama pentingnya dengan label halal, dan merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli atau menggunakan suatu produk. Suatu perusahaan yang memiliki kualitas yang baik pada produknya harus terus menjaga kualitasnya, dan juga untuk para perusahaan yang masih mengembangkan produk yang dimiliki, peningkatan kualitas adalah hal utama yang harus dilakukan.

Persaingan bisnis diantara para produsen makanan di kabupaten Garut sangat ketat, terutama produsen yang memproduksi makanan khas daerah. Hal tersebut terjadi karena, Garut merupakan kabupaten yang terkenal dengan produk makanan khas, maka bisa dipastikan banyak produsen yang memproduksi dan memasarkan makanan khas tersebut. Salah satu dari banyaknya makanan khas daerah garut adalah kue ladu.

Ada banyak produsen kue ladu yang beroperasi di Garut, salah satunya PD.Ciptarasa yang sudah memproduksi kue ladu dari tahun 1998. Menurut pemilik PD.Ciptarasa, dipasaran terdapat beberapa produsen kue ladu yang menjadi kompetitornya yaitu sekitar 3 produsen, kemudian jika ditambah dengan PD.Ciptarasa maka jumlah produsen yang memproduksi kue ladu ada 4 produsen yang tersebar di wilayah kabupaten Garut.⁷

Tabel 1.1 Produsen Kue Ladu di Kabupaten Garut

No	Merk/Produsen
1	Ladu Ciptarasa

⁶ Zella Anggraeni, “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah”, *Skripsi Gelar Sarjana* (Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga, 2017).

⁷ Informasi didapatkan dari wawancara dengan pemilik PD.Ciptarasa pada saat kunjungan untuk meminta izin melakukan penelitian. 1 Januari 2021: (10.00).

No	Merk/Produsen
2	Ladu Pusaka
3	Ladu Arvi
4	Ladu Farida
5	Ladu Ibu Musti'ah
6	Ladu Lestari
7	Ladu Ketan Ibu Khalifa
8	Ladu Ketan Hitam

Sumber: Observasi pada Kawasan pusat penjualan oleh-oleh di Kabupaten Garut (2021)⁸

Menurut pemilik, jumlah tersebut mengakibatkan munculnya persaingan bisnis diantara para produsen kue ladu. Dengan demikian, sudah seharusnya setiap produsen memiliki keunggulan dan ciri khasnya tersendiri dari produknya. Salah satu yang paling penting adalah kualitas dari produknya. Berbeda merek tentunya berbeda pula kualitas yang diberikan. Setiap konsumen tentu akan lebih memilih produk yang memiliki kualitas yang baik. Selain itu, PD.Ciptarasa juga harus bersaing dengan produsen kue ladu rumahan. Dimana di daerah Banjarwangi sendiri, cukup banyak produsen rumahan yang memproduksi kue ladu untuk dipasarkan di daerah Banjarwangi. Ada sekitar 3 produsen kue ladu rumahan yang dikelola oleh Ibu Engkom, Ibu Eni dan Ibu Nyai. Para produsen kue ladu rumahan juga menjadi pesaing kue ladu PD.Ciptarasa. Dimana produsen rumahan mempunyai keunggulan harga yang lebih ekonomis.

Kue ladu yang diproduksi oleh PD. Ciptarasa memiliki keunggulan tersendiri, salah satunya sudah memiliki label halal dan memiliki kualitas yang baik. Akan tetapi, keputus konsumen dalam membeli produk kue ladu tidak hanya berdasarkan pada pencantuman label halal dan kualitas produk saja. Ada pula dijumpai kue ladu yang tidak memiliki label halal dan kualitas yang bermutu, namun dengan berbagai keunggulan lain yang ditawarkan dan hal tersebut dapat

⁸ Data didapatkan dari hasil survei yang dilakukan pada tanggal 5 November 2021.

memenuhi kebutuhan, keinginan ataupun selera seorang konsumen, yang pada akhirnya konsumen muslim banyak lebih memilih produk tersebut daripada produk kue ladu yang sudah memiliki label halal. Dengan banyaknya produsen yang memproduksi kue ladu dengan berbagai keunggulan tersendiri, memberikan semacam pilihan atau alternatif kepada para konsumen dalam memutuskan pembelian kue ladu. Maka, penulis tertarik untuk meneliti bagaimanakah pengaruh label halal dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan seorang konsumen dalam membeli produk kue ladu Ciptarasa.

Penulis berpendapat hal ini dapat menjadi topik yang menarik untuk diteliti dengan judul Penelitian **“PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN KHAS DAERAH BANJARWANGI DI PD. CIPTARASA GARUT”**

B. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Label yang akan diteliti adalah label halal yang dicantumkan dalam kemasan kue ladu PD.Ciptarasa
2. Kualitas produk yang akan diteliti adalah kualitas kue ladu yang diberikan kepada konsumen maupun calon konsumen dari PD.Ciptarasa
3. Keputusan pembelian yang akan diteliti adalah keputusan pembelian konsumen pada produk kue ladu PD.Ciptarasa

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kue Ladu PD.Ciptarasa Garut?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kue Ladu PD.Ciptarasa Garut?

3. Bagaimana pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Kue Ladu PD.Ciptarasa Garut?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kue Ladu PD.Ciptarasa Garut
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kue Ladu PD.Ciptarasa Garut
3. Untuk mengetahui pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Kue Ladu PD.Ciptarasa Garut

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritik

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis tentang label halal suatu produk, bagaimana cara mendapatkannya, serta mengetahui apa manfaat label halal tersebut bagi konsumen maupun produsen. Penulis juga dapat mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengembangkan keilmuan khususnya mengenai labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian suatu produk.
- c. Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah literatur serta referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi civitas akademik yang lainnya.

2. Kegunaan Praktik

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi perusahaan mengenai labelisasi halal dan kualitas produk berikut pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan membeli pada konsumen.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan tentang bagaimana kondisi konsumen, terlebih untuk

menarik minat para calon konsumen, sehingga perusahaan dapat mengetahui bagaimana cara untuk terus berinovasi dan apa saja hal-hal yang harus dievaluasi serta dapat membantu memberikan gambaran dalam pengambilan kebijakan perusahaan.

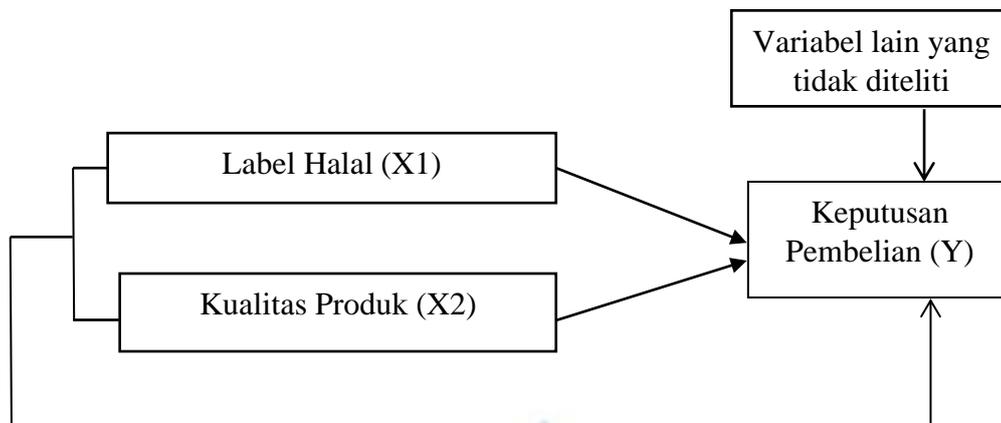
F. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan kajian kepustakaan. Oleh karena itu, kerangka berpikir memuat teori, dalil atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Didalam kerangka pemikiran variabel-variabel penelitian dijelaskan secara mendalam dan relevan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga dapat dijadikan dasar untuk menjawab permasalahan penelitian.⁹

Berdasarkan konsep dasar serta teori-teori yang sebelumnya telah dikemukakan, dalam membeli suatu produk hal penting yang bisa mempengaruhi keputusan membeli konsumen salah satunya adalah label halal dan kualitas produk. Label halal dapat mempengaruhi keputusan membeli seorang konsumen sebagai akibat dari timbulnya kesadaran pada diri seorang konsumen muslim dalam memenuhi kebutuhan hidupnya harus selalu sesuai dengan syariat islam. Sedangkan kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena dalam memenuhi kebutuhannya seorang konsumen cenderung memilih produk yang memiliki kualitas yang baik karena mempunyai nilai yang diberikan dan sebagai solusi terhadap apa yang dia butuhkan. Label halal dan kualitas produk merupakan dua hal penting yang menjadi suatu keunggulan yang dapat diberikan oleh produsen kepada para calon konsumen. Maka dari itu, dapat diasumsikan bahwa keduanya memiliki pengaruh besar terhadap keputusan membeli konsumen pada suatu produk.

Maka berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya skema alur berfikir diilustrasikan sebagai berikut :

⁹ Ismail Nuridin dan Sri Hartati, *Metode Penelitian Sosial* (Surabaya: Penerbit Media Sahabat Cendekia, 2019).



Gambar 1. 1 Kerangka Berfikir

G. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu fenomena dan atau pertanyaan penelitian yang dirumuskan setelah mengkaji suatu teori. Maka, hipotesis berfungsi sebagai cara untuk menguji kebenaran suatu penelitian yang didasarkan pada asumsi dasar yang digunakan dalam kerangka berfikir. Berdasarkan kerangka berfikir diatas, perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Ho : Label Halal tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.
Ha : Label Halal berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.
2. Ho : Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.
Ha : Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Produk.
3. Ho : Label Halal dan Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.
Ha : Label Halal dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

H. Penelitian Terdahulu

Intan Mawarsari (2018), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Olahan Buah Carica di Daerah Wonosobo”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, harga serta promosi terhadap minat beli ulang konsumen di daerah Wonosobo, studi kasus pada Toko Yuasa Food. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli ulang konsumen. Sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan pengujian uji t dan uji f. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa rata-rata persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan harga produk olahan buah carica masing-masing adalah 4,09 dan 3,83 yang termasuk kategori bagus dan skor rata-rata untuk variabel promosi adalah 3,48 termasuk ke dalam kategori bagus juga. Kemudian skor rata-rata minat beli ulang konsumen menunjukkan hasil sebesar 3,87. Sedangkan hasil uji f menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga serta promosi memberikan kontribusi secara signifikan dalam menentukan keputusan konsumen dalam membeli ulang produk olahan buah carica di Toko Yuasa Food.¹⁰

Ira Apriliani (2019), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Mie Instan Indomie”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada produk mie instan indomie. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand image dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat dari perolehan nilai koefisien determinasi sebesar 27% yang termasuk ke

¹⁰ Intan Mawarsari, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Olahan Buah Carica di Daerah Wonosobo Studi Pada Toko Oleh- Oleh Yuasa Food.”, *Skripsi Gelar Sarjana*, (Yogyakarta : Universitas Shanata Dharma, 2018).

dalam kriteria pengaruh cukup tinggi, sedangkan 73% nya dipengaruhi variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.¹¹

Helsy Zella Rafita (2017), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Label Halal memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dapat dilihat label halal memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Kemudian dapat dilihat juga dari perolehan nilai t_{hitung} 6.751, dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 1.662, sedangkan koefisien regresi label halal sebesar 0.605 yang menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan pada nilai label halal sebesar satu satuan maka akan diikuti oleh kenaikan keputusan pembelian sebesar 0.605.¹²

Iranita (2011) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Labelisasi Halal Produk Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari labelisasi halal pada suatu produk yang dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa (UMRAH) untuk membeli suatu produk kemasan terutama produk yang telah mempunyai sertifikasi label halal. Penelitian ini bersifat eksplorasi (*explanatory research*). Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang sedang serta searah antara variabel Labelisasi Halal dengan Keputusan Pembelian. Yang berarti bahwa, semakin tinggi Labelisasi Halal pada suatu produk maka semakin meningkat Keputusan Pembelian.¹³

Zella Anggraeni (2017), melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

¹¹ Ira Apriliani, “Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Mie Instan Indomie”, *Skripsi Gelar Sarjana*, (Bandung : UIN Sunan Gunung Djati, 2019).

¹² Helsy Zella Rafita, “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik”, *Skripsi Gelar Sarjana*, (Lampung : UIN Raden Intan, 2017).

¹³ Iranita, “Pengaruh Labelisasi Halal Produk Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji”, *Artikel Jurnal Penelitian*, (Tanjung Pinang : Universitas Maritim Raja Ali Haji, 2017).

Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah“. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik wardah. Berdasarkan hasil penelitian, variabel yang memiliki pengaruh paling rendah adalah variabel label halal, dapat dilihat dari perolehan t_{hitung} sebesar 1,137 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,258 > 0,05$. Sedangkan pengaruh paling tinggi adalah dari variabel harga yang memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,010 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Kemudian melalui uji regresi dengan nilai 0,480 atau sebesar 48% label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. Sedangkan sebanyak 52% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.¹⁴

Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Independen	Variabel Dependen	Hasil Penelitian
1	Intan Mawarsari (2018)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Olahan Buah Carica di Daerah Wonosobo	Kualitas Produk (X1) Harga (X2) Promosi (X3)	Minat Beli Ulang (Y)	Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga serta promosi memberikan

¹⁴ Zella Anggraeni. (2017). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah. *Skripsi Gelar Sarjana*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Independen	Variabel Dependen	Hasil Penelitian
					kontribusi secara signifikan dalam menentukan keputusan konsumen dalam membeli ulang produk olahan buah carica di Toko Yuasa Food.
2	Ira Apriliani (2019)	Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Mie Instan Indomie	Brand Image (X1) Kualitas Produk (X2)	Loyalitas Konsumen (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand image dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat dari perolehan nilai koefisien determinasi sebesar 27% yang termasuk ke dalam kriteria pengaruh cukup tinggi, sedangkan 73% nya dipengaruhi oleh variabel yang tidak

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Independen	Variabel Dependen	Hasil Penelitian
					termasuk dalam penelitian ini
3	Helsy Zella Rafita (2017)	Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung)	Label halal (X)	Keputusan Pembelian (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perolehan hasil signifikan yaitu apabila terjadi kenaikan pada nilai label halal sebesar satu satuan maka akan diikuti oleh kenaikan keputusan pembelian.
4	Iranita (2011)	Pengaruh Labelisasi Halal Produk Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji	Labelisasi Halal (X)	Kualitas Produk (Y)	Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang sedang serta searah antara variabel Labelisasi Halal dengan Keputusan Pembelian. Semakin tinggi Labelisasi Halal pada suatu produk maka semakin meningkat Keputusan Pembelian.
5	Zella Anggraeni (2017)	Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan	Label Halal (X1) Kualitas Produk (X2)	Keputusan Pembelian (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Independen	Variabel Dependen	Hasil Penelitian
		Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah	Harga (X3)		yang memiliki pengaruh paling rendah, sedangkan variabel dengan pengaruh yang tinggi adalah variabel harga.

Terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu. Berikut beberapa persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Intan Mawarsari (2018) adalah salah satu variabel bebas yang digunakan yaitu kualitas produk, kemudian pengukuran variabel menggunakan skala likert serta teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*. Persamaan lainnya adalah pada metode penelitian, antara lain uji instrumen, uji asumsi klasik serta uji hipotesis. Sedangkan perbedaannya adalah variabel bebas lainnya, pada penelitian yang dilakukan oleh Intan Mawarsari (2018) adalah variabel harga dan promosi sedangkan penelitian ini menggunakan variabel label halal, dan variabel terikat yang digunakan adalah pembelian ulang sedangkan pada penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Kemudian persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Ira Apriliani (2019) adalah salah satu variabel bebas yang digunakan adalah kualitas produk. Perbedaannya adalah variabel bebas lainnya yaitu brand image, sedangkan pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah label halal. Perbedaan lainnya adalah variabel terikat, pada penelitian Iranita, variabel yang digunakan adalah loyalitas konsumen, sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel keputusan pembelian.

Kemudian persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Hely Zella Rafita (2017) adalah pada variabel bebas yang digunakan, yaitu label halal. Persamaan lainnya adalah variabel yang digunakan adalah keputusan pembelian dan pengukuran variabelnya menggunakan skala likert.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *probability sampling*. Dan persamaan lainnya pada metode penelitian, yaitu uji instrument kemudian uji normalitas dan uji hipotesis. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan Helsy Zella Rafita menggunakan metode penelitian autokorelasi, sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan metode tersebut. Kemudian periode penelitianpun berbeda, penelitian Helsy Zella Rafita dilakukan pada tahun 2017 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021.

Kemudian persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Iranita (2011) adalah variabel bebas yang digunakan adalah mengenai label halal dan variabel terikat nya keputusan pembelian. Kemudian terdapat persamaan juga pada metode penelitian yang digunakan. Sedangkan perbedaannya adalah objek penelitian yang dipilih oleh Iranita (2011) adalah mahasiswa program studi akuntansi Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH), sedangkan pada penelitian ini objek penelitian nya adalah warga desa Banjarwangi. Kemudian terdapat perbedaan pada metode penelitian yang digunakan, yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Iranita (2011) menggunakan metode analisis faktor dan analisis regresi linier sederhana. Sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan metode tersebut.

Kemudian persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Zella Anggraeni (2017) adalah kedua variabel bebas dan variabel terikat yang digunakan, yaitu label halal dan kualitas produk untuk variabel bebas dan keputusan pembelian untuk variabel terikat. Kemudian pengukuran variabel nya menggunakan skala likert, dan teknik pengambilan sampel yangdigunakan adalah *non-probability sampling*. Kemudian persamaan lainnya adalah metode penelitian yang digunakan. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Zella Anggraeni dilakukan pada tahun 2017, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021.