

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menjaga keberlangsungan hidupnya, manusia tentunya memiliki berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi. Kebutuhan manusia dapat diartikan sebagai suatu keadaan di mana manusia memiliki perasaan kekurangan terhadap kepuasan atas suatu dasar tertentu. Adapun kebutuhan manusia yang paling dasar adalah kebutuhan pokok yang mencakup kebutuhan terhadap pangan, sandang, dan papan. Di mana kebutuhan terhadap pangan merupakan kebutuhan paling penting yang dalam pemenuhannya tidak dapat ditunda. Hal tersebut dikarenakan manusia tidak dapat hidup tanpa mengkonsumsi makanan.

Dalam ilmu ekonomi, kegiatan manusia dalam mengurangi atau menghabiskan nilai dan manfaat dari suatu barang atau jasa, disebut dengan istilah “konsumsi”. Suatu produk, baik barang maupun jasa, tidak boleh dikonsumsi secara sembarangan, apalagi produk makanan. Hal tersebut dikarenakan konsumen tidak mengetahui terkait *ingredients* yang terkandung dalam produk tersebut. Sehingga, konsumen harus teliti terhadap produk yang akan dikonsumsi, terutama dalam hal mengkonsumsi produk pangan ini. Selain itu, konsumen juga biasanya tidak hanya menginginkan untuk mendapatkan barang pangan yang kandungan nutrisinya sudah terjamin, tetapi juga konsumen menuntut terhadap keamanan dari produk pangan tersebut. Bagi konsumen muslim, produk makanan yang aman tidak hanya produk makanan yang terbebas dari cemaran zat kimia maupun mikrobiologi saja, tetapi juga terdapat suatu aspek yang esensial, yaitu aman dalam artian terbebas dari bahaya bahan produk yang diragukan atau diharamkan dalam syariat Islam.

Bahaya keamanan pangan bagi konsumen muslim adalah “yang haram atau yang meragukan”. Meskipun akibat yang tampak dari mengkonsumsi makanan yang haram atau meragukan tidak terlihat secara langsung sebagaimana akibat dari cemaran zat kimia maupun mikrobiologi, yang secara langsung dapat bersangkutan dengan masalah kesehatan, bahaya mengkonsumsi makanan haram

dapat berimplikasi pada masalah ketenangan jiwa konsumen muslim. Oleh karena itu, sekiranya terdapat produk yang tercemar oleh barang atau bahan yang diharamkan dalam syariat Islam, maka produk tersebut akan dihindari oleh konsumen muslim dan akan mengalami kerugian yang cukup besar, baik dalam hal finansial maupun menurunnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.

Konsep halal di Indonesia telah diimplementasikan dalam kehidupan bermasyarakat, di mana kehalalan produk menjadi parameter utama bagi konsumen muslim Indonesia ketika akan membeli dan mengonsumsi suatu produk. Selain itu, warga negara Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, tentunya dituntut untuk lebih paham terhadap produk yang boleh dan baik untuk dikonsumsi sesuai syariat Islam. Di sisi lain, kesadaran keberagaman umat Islam di Indonesia yang semakin meningkat juga mendorong umat Islam mengharuskan supaya semua produk yang akan mereka konsumsi sudah terjamin kehalalannya. Sehingga mereka akan cenderung memilih berbagai produk yang sudah dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang. Dengan kata lain, keadaan tersebut telah membawa mereka kepada gaya hidup yang serba halal (*halal lifestyle*).

Di Indonesia, suatu produk dikatakan sudah terjamin kehalalannya apabila produk tersebut telah memiliki label halal yang hanya dapat diperoleh melalui uji sertifikasi halal yang diselenggarakan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Kewajiban sertifikat halal di atur dalam Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 4 yang mengatur bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Sertifikat halal adalah suatu sertifikat yang berisi pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 1). Oleh sebab itu, tidak boleh bagi sembarang perusahaan dapat menempelkan label halal pada produknya, kecuali perusahaan yang sudah bersertifikat halal.

Selain memperhatikan kehalalan dari suatu produk, konsumen muslim Indonesia juga dituntut untuk memilih produk yang baik untuk dikonsumsi. Produk yang baik dapat diartikan sebagai produk yang aman apabila dikonsumsi, terbebas dari cemaran fisik dan zat-zat yang dapat membahayakan tubuh, serta terjamin kandungan gizinya. Secara tidak langsung, konsumen muslim cenderung harus bersikap kritis dalam memperhatikan kualitas barang yang akan dibeli.

Kotler dan Keller (dalam Fitri, 2019: 3-4) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan seluruh corak serta karakteristik dalam sebuah barang atau jasa yang dapat secara langsung maupun tidak langsung menunjang kemampuannya dalam memuaskan konsumen. Kualitas yang baik dari suatu produk hendaknya menjadi suatu hal yang tidak perlu lagi dipertimbangkan bagi konsumen muslim. Hal tersebut dikarenakan tidak ada yang lebih penting bagi konsumen muslim selain memperhitungkan besarnya manfaat yang akan diperoleh dari produk yang berkualitas baik. Sehingga seharusnya produk dengan kualitas terbaiklah yang laris dipasaran karena selalu dipilih konsumen muslim, dan perusahaan yang menghasilkan produk terbaiklah yang dapat menguasai pasar. Maka dari itu, saat ini banyak perusahaan yang menggunakan strategi peningkatan kualitas produk sebagai strategi pemasarannya guna menguasai pangsa pasar yang dituju. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Kotler dan Armstrong (dalam Adzania, 2015: 1) yang menyatakan bahwa kualitas produk dapat menjadi senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Karena perusahaan yang menawarkan produk yang memiliki kualitas terbaik dapat berkembang dengan cepat, dan lama kelamaan perusahaan tersebut akan lebih sukses dari perusahaan yang lain yang menawarkan produk yang serupa.

Akan tetapi, permasalahan lain selain label halal dan kualitas produk yang juga menjadi pertimbangan pelanggan sebelum melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk adalah harga produk itu sendiri. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, harga adalah sejumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang dibayarkan oleh konsumen pada waktu dan pasar tertentu dengan tujuan untuk mendapatkan kepemilikan atas suatu produk atau jasa. Harga memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap keputusan pembelian. Sebab, besarnya

tingkat harga yang ditentukan perusahaan dapat menjadi barometer bagi konsumen dalam memilih produk tersebut. Pada umumnya, konsumen selalu ingin membeli produk yang memiliki kualitas terbaik, tetapi dengan harga yang terjangkau. Sehingga penetapan harga yang salah oleh perusahaan akan berimbas pada jumlah penjualan yang tidak maksimal atau cenderung menurun, serta berkurangnya pangsa pasar. Dengan demikian, penting sekali bagi industri untuk menyesuaikan tingkat harga dengan pangsa pasar yang dituju guna meningkatkan permintaan pasar terhadap produk yang dihasilkan.

Menghadapi banyaknya isu tentang produk-produk yang dijual di pasaran, seperti halnya produk yang mengandung bahan-bahan yang haram sehingga dijual dengan harga yang sangat murah, konsumen muslim seharusnya lebih jeli dan semakin teliti dalam melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah suatu hasil terbaik dari seorang pelanggan dalam memilih satu dari berbagai alternatif pilihan sebelum melakukan pembelian terhadap barang atau jasa. Dalam membuat suatu keputusan pembelian produk yang aman dan berkualitas baik, konsumen memiliki patokan yang paling aman yaitu dengan cara melihat label halal yang tersedia pada kemasan produk yang akan dibeli, serta harga produk yang tidak jauh lebih murah dibanding produk lain yang serupa. Hal tersebut dikarenakan adanya labelisasi halal telah menjamin bahwa produk yang diedarkan tersebut tidak mengandung *ingredients* yang berbahaya dan diharamkan dalam syariat Islam sehingga aman apabila dikonsumsi. Sedangkan harga produk dapat mencerminkan kualitas dari produk itu sendiri. Produk dengan harga yang mahal dapat mencerminkan bahwa kualitas dari produk yang ditawarkan juga baik. Dan sebaliknya, dengan harga yang murah, produk yang ditawarkan cenderung memiliki kualitas yang kurang baik. Sehingga dengan demikian, label halal, kualitas produk, dan harga memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sebab ketiga faktor tersebut memiliki andil yang cukup besar dalam menentukan keputusan konsumen muslim sebelum melakukan pembelian atas suatu produk.

Saat ini, hampir keseluruhan produk-produk di Indonesia, khususnya produk pangan dipasarkan dalam bentuk kemasan untuk mempermudah dalam

menjangkau konsumen serta membuat produk lebih praktis. Produk dalam kemasan menjadi salah satu produk yang banyak digemari oleh konsumen karena dapat mempermudah, baik dalam mendapatkannya, mempermudah dalam penyajiannya, maupun mempermudah konsumen dalam mengidentifikasi komposisi produk dan label halal yang tertera pada kemasan produk tersebut. Mie instan sebagai salah satu produk dalam kemasan yang paling banyak diminati dan dikonsumsi, bahkan juga sudah dapat dikatakan sebagai pengganti nasi, lauk pendamping nasi, atau camilan bagi kebanyakan masyarakat di Indonesia. Kemudahan dalam memasak serta harganya yang murah menjadi penyebab utama dari tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap mie instan. Selain itu, semakin banyaknya varian rasa yang ditawarkan oleh perusahaan, menjadikan tingkat permintaan masyarakat terhadap mie instan juga semakin tinggi.

Tingkat konsumsi masyarakat Indonesia terhadap mie instan begitu tinggi. Hal tersebut terbukti dari data yang diperoleh Statista yang menunjukkan bahwa Indonesia berada di urutan nomor 2 sebagai Negara dengan tingkat konsumsi mie instan tertinggi di dunia (dalam Rizaty, 2020). Di mana konsumsi mie instan di Indonesia yaitu sebanyak 12,6 miliar pada tahun 2020. Jumlah tersebut meningkat sebanyak 120 juta porsi atau sebesar 0,96% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Adapun konsumsi mie instan di Indonesia dalam enam tahun terakhir, paling tinggi yaitu pada tahun 2015 yang mencapai 13,2 miliar porsi. Besarnya konsumsi mie instan di Indonesia terjadi karena target pasar mie instan yang menyasar seluruh kalangan dan semua kelas ekonomi. Dan berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tercatat bahwa rumah tangga menengah ke atas yang memiliki pengeluaran di atas Rp 5 juta sampai dengan Rp 10 juta per bulan merupakan golongan yang memiliki proporsi terbesar dalam konsumsi mie instan di Indonesia, yaitu mencapai 96%. Selain itu, dengan jumlah penduduknya yang sangat banyak serta cenderung bersifat konsumtif, Indonesia juga dapat menjadi penyedia pangsa pasar yang besar untuk para produsen mie instan.

Mie instan semakin populer akibat munculnya berbagai varian rasa dan cara memasaknya di pasaran. Begitu banyak masyarakat yang mengkreasikan mie instan menjadi beragam sajian yang unik, enak, dan menarik. Mie instan

dipadukan dengan berbagai makanan olahan lainnya seperti sayuran, telur, udang, susu, keju, dan lain sebagainya. Akan tetapi, Bachdar (2018) menyatakan bahwa Indonesia mengalami pemerosotan jumlah konsumsi mie instan untuk pertama kali yaitu di tahun 2017, di mana pada tahun 2016 jumlah konsumsi mie instan mencapai 13,1 miliar porsi, turun menjadi 12,62 miliar porsi di tahun 2017. Adapun salah satu faktor yang menjadi penyebab merosotnya tingkat konsumsi masyarakat terhadap mie instan yaitu karena adanya *transformasi* pola hidup dan konsumsi masyarakat Indonesia.

Dewasa ini, kebutuhan konsumen terhadap produk pangan bukan hanya sekedar untuk mengisi perut saja, melainkan juga memperhatikan kesehatan dari makanan yang dikonsumsi untuk menjaga keseimbangan hidup mereka. Pada dasarnya penerapan pola hidup sehat dalam kehidupan sehari-hari meliputi beberapa hal, termasuk diantaranya olahraga, serta makanan dan minuman yang bernutrisi. Namun, dengan adanya modernisasi gaya hidup saat ini, sebagian orang lebih memilih untuk memakan makanan *fast food* dan *junk food* yang apabila mengkonsumsinya dapat merugikan kesehatan. Mie instan termasuk dalam kategori *junk food* karena memiliki kandungan garam yang tinggi serta rendah vitamin dan mineral. Mengonsumsi mie instan secara tidak bijak akan berakibat pada meningkatnya berat badan yang pada akhirnya akan mempengaruhi Indeks Massa Tubuh (IMT). Adapun obesitas yang terjadi karena IMT di atas 27,0, akan berdampak pula pada masalah kesehatan lainnya, baik fisik maupun mental. Oleh sebab itu, mengonsumsi makanan sehat merupakan suatu kebutuhan yang perlu dipenuhi dalam menunjang gaya hidup sehat dan menciptakan keseimbangan hidup manusia.

Trend jenis makanan yang saat ini banyak diminati karena diyakini dapat menunjang gaya hidup sehat adalah makanan organik. Bahan makanan organik dipercaya lebih sehat dibandingkan dengan makanan biasa, apalagi makanan cepat saji. Makanan organik merupakan makanan yang diproduksi dan diproses secara tradisional, di mana petani atau peternak organik tidak memakai bahan-bahan sintetis seperti pestisida dan pupuk kimia pada tanaman, serta suntik antibiotik pada binatang yang dipelihara. Sehingga makanan yang berasal dari bahan

organik akan lebih sehat, lebih enak, lebih aman, serta tidak heran apabila makanan organik memiliki harga yang lebih mahal.

Adapun solusi yang dapat ditawarkan bagi pecinta mie instan sekaligus penggiat pola gaya hidup sehat adalah mengkonsumsi mie instan yang terbuat dari bahan organik. Sebagai contoh penelitian adalah mie Lemonilo. Ketika persaingan bisnis mie instan di Indonesia sedang memanas, mie Lemonilo tampil sebagai alternatif mie instan yang lebih sehat. Mie Lemonilo merupakan salah satu produk dari perusahaan rintisan konsumen yang berbasis di Jakarta Barat, yaitu PT Lemonilo Indonesia Sehat. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2016 oleh Shinta Nurfauzia (Co-CEO), Ronald Wijaya (Co-CEO), dan Johannes Ardiant (Chief Product and Technology). PT Lemonilo Indonesia Sehat tampil pertama kali sebagai sebuah lokapasar yang menjual produk-produk yang sehat dan natural dengan harga yang terjangkau.



Gambar 1.1
Produk Mie Lemonilo

Mie Lemonilo merupakan salah satu produk pangan olahan berupa mie instan yang dibuat dengan saripati bayam organik. Mie Lemonilo diolah tanpa melalui proses penggorengan melainkan dipanggang menggunakan oven untuk membuat mie menjadi lebih kering, kaku, awet, serta terbebas dari kandungan lemak trans yang dapat membahayakan tubuh. Selain itu, mie instan Lemonilo juga dibuat dengan menggunakan *ingredients* alami, tanpa *Monosodium Glutamate* (MSG), tanpa bahan 3P (pewarna buatan, pengawet, dan penguat rasa), serta lebih rendah gluten. Hasilnya, mie Lemonilo tergolong pada mie instan yang

sehat dan aman untuk dikonsumsi karena memiliki kandungan nutrisi alami dan 0% *trans fat* (lemak trans).

Dengan menggunakan tagline “Sehat Setiap Hari” dan “Harga Tambah Dikit, Manfaat Tambah Banyak”, menunjukkan bahwa selain sudah mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), kualitas mie Lemonilo juga lebih baik apabila dibandingkan dengan mie instan lainnya yang masih menggunakan bahan-bahan yang kurang aman dikonsumsi seperti pewarna makanan, penguat rasa, dan pengawet. Hanya saja, konsumen perlu menambah sedikit uangnya untuk mendapatkan mie Lemonilo ini. Dengan harga Rp 7.000 per bungkusnya, semestinya masih dianggap terjangkau karena seimbang dengan kualitas dan manfaat yang diberikan mie Lemonilo tersebut. Akan tetapi tidak sedikit konsumen yang hanya mempertimbangkan dari segi harga saja. Meskipun mereka menyadari bahwa kualitasnya jauh lebih baik dibanding mie instan lainnya, tetapi dengan mayoritas tingkat ekonomi penduduk Indonesia yang masih tergolong menengah ke bawah, mereka cenderung mengabaikan hal tersebut. Itulah sebabnya mengapa mie Lemonilo belum menjadi mie instan yang paling banyak dibeli oleh konsumen di Indonesia meskipun sudah berlabel halal dan memiliki kualitas produk yang lebih baik.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat isu tersebut sebagai permasalahannya. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih jelas yang juga disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana label halal, kualitas produk, dan harga dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Dan dapat kita ketahui bahwa mie Lemonilo merupakan produk yang telah memiliki label halal, berkualitas baik, serta mempunyai harga yang cukup terjangkau. Hal ini sangat layak apabila mie Lemonilo dijadikan sebagai objek penelitian. Untuk itu, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah di mana dalam penelitian ini akan menjadikan masyarakat yang berada di Kecamatan Bantarujeg Kabupaten Majalengka sebagai populasinya.

Masyarakat Kecamatan Bantarujeg Kabupaten Majalengka dipilih sebagai populasi dalam penelitian ini karena masyarakatnya mayoritas beragama Islam,

tingkat religiusitas masyarakatnya tinggi (dapat diukur dari ketaatan masyarakatnya dalam beribadah di masjid, menuntut ilmu di pesantren, dan semangat dalam melaksanakan kegiatan keagamaan), serta adanya perkembangan industri dan perdagangan di Kecamatan Bantarujeg juga cukup pesat. Di mana tingkat religiusitas yang tinggi dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu perbuatan, termasuk juga pengambilan keputusan pembelian. Konsumen muslim yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, tentunya akan selalu taat terhadap perintah agama yaitu hanya mengkonsumsi produk yang halal dan baik saja, yang pada saat ini, kehalalan suatu produk dapat dijamin dengan adanya label halal yang menempel pada kemasan produk tersebut. Sedangkan, dengan adanya perkembangan industri dan perdagangan, di mana saat ini sudah terdapat 2 supermarket dan banyak minimarket serta pertokoan, telah membentuk masyarakat Kecamatan Bantarujeg yang konsumtif dan memiliki daya beli yang tinggi. Oleh karena itu, mereka cenderung lebih sering berbelanja dan membeli produk-produk yang terdapat di pasar modern dan pasar tradisional. Selain itu, produk mie Lemonilo juga sudah tersebar, baik di pasar modern maupun pasar tradisional yang ada di Kecamatan Bantarujeg. Sehingga dengan demikian, memungkinkan mereka untuk lebih mengenal produk mie Lemonilo, serta lebih memahami dan mempertimbangkan mengenai labelisasi halal, kualitas produk, dan harga suatu produk.

Sebagai data awal, peneliti melakukan survei pendahuluan kepada 5 orang masyarakat di Kecamatan Bantarujeg terkait isu dalam penelitian ini. Vika, dkk., (2021) selaku masyarakat di Kecamatan Bantarujeg tersebut sepakat bahwa labelisasi halal, kualitas produk, dan harga, berpengaruh signifikan terhadap keputusan mereka ketika membeli produk mie Lemonilo. Hal tersebut dikarenakan mereka yakin bahwa label halal yang tertera pada kemasan produk mie Lemonilo sangat menjamin keamanan dan kesucian produk tersebut, serta mereka juga menyadari bahwa harga produk mie Lemonilo sebanding dengan kualitas dan manfaat yang mereka dapatkan. Akan tetapi pada kenyataannya mereka juga menyatakan bahwa mereka masih enggan untuk membeli produk mie Lemonilo karena harganya yang cukup mahal serta karena faktor-faktor lainnya

yang juga mempengaruhi keputusan mereka ketika membeli produk mie Lemonilo. Maka dari itu, untuk membuktikan permasalahan yang telah diuraikan di atas, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo”**.

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Adapun rumusan permasalahan yang akan dijadikan sebagai fokus dalam penelitian ini yang juga didasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu sebagai berikut.

1. Apakah ada pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian mie Lemonilo pada masyarakat Kecamatan Bantarujeg Kabupaten Majalengka?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian mie Lemonilo pada masyarakat Kecamatan Bantarujeg Kabupaten Majalengka?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mie Lemonilo pada masyarakat Kecamatan Bantarujeg Kabupaten Majalengka?
4. Seberapa besar pengaruh labelisasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian mie Lemonilo pada masyarakat Kecamatan Bantarujeg Kabupaten Majalengka?

C. Tujuan Penelitian

Dengan merujuk pada rumusan permasalahan yang diajukan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah ada pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian mie Lemonilo pada masyarakat Kecamatan Bantarujeg Kabupaten Majalengka.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian mie Lemonilo pada masyarakat Kecamatan Bantarujeg Kabupaten Majalengka.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mie Lemonilo pada masyarakat Kecamatan Bantarujeg Kabupaten Majalengka.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh labelisasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian mie Lemonilo pada masyarakat Kecamatan Bantarujeg Kabupaten Majalengka.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari adanya penelitian ini baik berupa manfaat teoritis maupun manfaat praktis adalah sebagai berikut

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber ilmu dan tambahan wawasan yang lebih mendalam mengenai pengaruh labelisasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.
 - b. Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi para peneliti selanjutnya yang mengambil tema yang serupa.
 - c. Melalui hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat membantu dan mempermudah data peneliti lain dalam memperkuat penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Penulis (Peneliti), diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan yang luas dan mendalam khususnya terkait tema penelitian yang diangkat yaitu pengaruh labelisasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
 - b. Bagi Institusi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk menambah pemahaman dalam karya tulis ilmiah mengenai pengaruh labelisasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan

pembelian, serta sebagai perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

- c. Bagi Perusahaan, diharapkan dengan adanya penelitian ini, perusahaan dapat mengetahui pentingnya pengaruh labelisasi halal, kualitas produk, dan harga produk terhadap keputusan pembelian yang pada akhirnya akan berdampak pada tinggi atau rendahnya tingkat permintaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.

