PENGARUH LABEL HALAL DAN BAHAN MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PRODUK MAKANAN IMPOR

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)

THE EFFECT OF HALAL LABEL AND FOOD INGREDIENTS TO THE PURCHASING

DECISION ON IMPORTED FOOD PRODUCTS

(Study On Islamic Economics and Business Faculty Students)

Jumarni

jojo.jumarni@gmail.com

Institut Agama Islam Negeri Bone

Abstract

The study discusses the Effect of Halal Label and Food Ingredients to the Purchasing Decision on Imported Food Products on Islamic Economics and Business Faculty Students. The purpose of this study was to determine the effect halal label and food ingredients to the purchasing decision on imported food products. This study used ex post facto research with a quantitative approach. The population in this study were all students of the Islamic Economics and Business faculty with a sample of 80 respondents. The data collection method used is questionnaire and literature review. The data analysis tool used in this study is multiple linear regression analysis. The results showed that variables of halal label and food ingredients had a significantly positive effect to the purchasing decision on imported food products. The contribution of variable for halal label to purchasing decision is 6% and for variable good ingredients is 9,8%. The contribution of variables for halal label and food ingredients to purchasing decision is 15,4 % and the remaining 84,6% is effected by other variables not used in this study.

Keywords: Halal label, food ingredients, purchasing decision.

PENDAHULUAN

Era ini banyak produk yang beredar di masyarakat yang belum sepenuhnya halal, baik itu ditinjau dari bahan baku utama maupun penggunaan bahan pendukung yang mengandung zat-zat yang berbahaya, terutama produk impor yang kini mulai menjamur di pasaran. Masyarakat kini perlu hati-hati dalam memilih produk tersebut.

Produk impor di Indonesia sudah banyak dan mudah ditemukan pada setiap supermarket besar. Makanan impor yang telah beredar terdapat berbagai kemasan dan varian rasa yang menarik membuat para konsumen tertarik untuk membeli produk makanan impor. Hal tersebut mengharuskan konsumen untuk lebih teliti dalam melakukan pembelian produk makanan impor. Jika konsumen tidak teliti dalam membeli dikhawatirkan produk makanan tersebut terkontaminasi dengan bahan yang mengandung unsur haram (Vivi Yunitasari dan Moch. Khoirul Anwar, 2019: 50).

Mahasiswa adalah komunitas kritis yang memiliki pengetahuan dan informasi yang lebih luas. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone merupakan salah satu perguruan tinggi negeri Islam yang mengajarkan mata kuliah yang berkaitan dengan perilaku konsumen muslim seperti Ekonomi Mikro Islam, Etika Bisnis Islam. Mata kuliah ini diajarkan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Mahasiswa FEBI IAIN Bone ini merupakan perwakilan dari komunitas muslim yang menjadi konsumen suatu barang atau jasa.

Pengetahuan yang diperoleh mahasiswa dari bangku perkuliahan atau kegiatan-kegiatan keilmuan mengenai kegiatan konsumsi islami menjadi referensi dalam kehidupan sehari-harinya untuk mengambil keputusan pembelian produk impor yang halal atau tidak. Salah satu cara untuk mengetahui suatu produk impor

halal atau tidak yaitu dengan memperhatikan keberadaan label halal pada produk yang biasanya dapat ditemukan pada kemasan.

Label halal adalah pernyataan tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk pangan sesuai dengan syariat Islam. Labelisasi halal merupakan isyarat penting bagi konsumen tentang produk. Labelisasi ini bertujuan memberikan kepastian hukum bagi yang mengonsumsinya. Tidak adanya label tersebut membuat para konsumen lebih berhati-hati dalam memutuskan untuk membeli produk tersebut. Proses pemilihan kehalalan produk dengan memperhatikan keberadaan label halal akan menjadi salah satu faktor konsumen dalam keputusan pembelian (Hernama dan Lies Handrijaningsih, 2021: 53).

Sebuah penelitian oleh Dewi dan Ilyda menyatakan bahwa dengan adanya label halal akan mempengaruhi keputusan konsumen muslim untuk membeli dan mengonsumsi produk makanan impor dalam kemasan. Label halal diketahui memberikan kenyamanan dan keamanan bagi konsumen muslim dalam mengonsumsi suatu produk makanan impor dalam kemasan (Dewi Kurnia Sari dan Ilyda Sudardjat, 2013: 54). Penelitian lainnya oleh Darwis juga menyatakan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk mi instan pada mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan label halal akan diikuti dengan peningkatan keputusan pembelian. Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk mi instan, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen khususnya konsumen muslim untuk menggunakan produk tersebut (Darwis Harahap, 2018: 201)

Faktor lainnya yang juga menjadi perhatian konsumen muslim dalam mengambil keputusan pembelian adalah bahan makanan (*food ingredients*). Bahan makanan adalah bahan-bahan yang digunakan untuk membuat suatu produk atau bahan-bahan yang terkandung dalam suatu produk. Bahan produk sangat penting

untuk diperhatikan karena halal tidaknya suatu produk terutama produk impor dapat dilihat melalui komposisinya. Kemudahan konsumen untuk mengetahui informasi bahan makanan yang menyatakan kehalalan produk impor dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli. Hal ini dibuktikan pada penelitian oleh Nurrahmi Hayani bahwa bahan makanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan oleh Ibu rumah tangga muslim (Nurrahmi Hayani, 2019: 31).

Banyak makanan impor yang telah masuk ke Indonesia tanpa disertai informasi yang jelas pada kemasan produknya. Pada kemasan produk makanan impor biasanya menggunakan bahasa asing yang tidak disertai bahasa Indonesia yang komunikatif, sehingga konsumen tidak mengetahui kandungan dan komposisi produk makanan tersebut. Jika dikaitkan dengan hak konsumen atas keamanan, maka setiap produk yang mengandung risiko terhadap keamanan konsumen, wajib disertai informasi berupa petunjuk pemakaian yang jelas. Seringkali informasi data yang tercantum dalam kemasan produk makanan impor dimanipulasi yaitu dengan menyembunyikan penggunaan bahan ± bahan kimia berbahaya yang terkandung dalam makanan di antaranya formalin, borak, dan rhodamin-b yang biasanya digunakan untuk mengawetkan mayat dan sebagai pewarna makanan. Jika kemasan dalam produk memuat informasi yang tidak benar, maka perbuatan itu memenuhi kriteria kejahatan yang lazim disebut *fraudulent misrepresentation*. Bentuk kejahatan ini ditandai oleh pemakaian pernyataan yang salah (*false statment*) dan pernyataan yang menyesatkan (*mislead*) (Mardiah dan Ernawaty: 3).

Dengan adanya pencatuman label halal konsumen muslim jadi terlindungi. Pencatuman 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, sehingga akan memudahkan dalam pengawasan keamanan pangan dan melindungi konsumen (Iis Sutardi, 2019: 78-79).

Maka dari itu, kehalalan suatu produk sangat berdampak terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk makanan impor. Hal ini sangat layak apabila produk makanan impor dijadikan sebagai bahan objek penelitian. Penelitian ini akan dilakukan untuk memperoleh informasi yang jelas disertai bukti ilmiah mengenai pengaruh label halal dan bahan makanan terhadap keputusan pembelian pada produk makanan impor.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori Dasar

a. Label Halal

Label mempunyai hubungan erat dengan pemasaran. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi tentang apa yang ada dalam penjual dan produk itu sendiri. Adapun Halal berasal dari kata Arab yang berarti melepaskan atau tidak terikat. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dilakukan secara bebas atau tidak terikat oleh hal-hal yang melarangnya (Ahmad Izzuddin, 2018: 104).

Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Di Indonesia lembaga yang otoritatif melaksanakan Sertifikasi Halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang secara teknis ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM). Sedangkan kegiatan labelisasi halal dikelola oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (Badan POM).

Dalam pelaksanaannya di Indonesia, kegiatan labelisasi halal telah diterapkan lebih dahulu sebelum sertifikasi halal. Di Indonesia peraturan yang bersifat teknis yang mengatur masalah pelabelan halal antara lain keputusan bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama RI No. 427/Men.Kes/SKBMII/1985 (No.68 Tahun 1985) Tentang Pencantuman Tulisan Halal Pada Label Makanan (Yossie Rossanty, 2016: 75).

Menurut LPPOM MUI (Majelis Ulama Indonesia syarat kehalalan yaitu tidak mengandung babi, tidak mengandung khamr dan produk turunan, dan semua bahan asal hewan yang disembelih sesuai syariat. Adapun Syarat –syarat produk pangan halal menurut syariat Islam adalah: (Dwi Edi Wibowo dan Benny Diah Mandusari, 2018: 75)

- a. Halal dzatnya adalah halal dari hukum asalnya misal sayuran,
- b. Halal cara memperolehnya adalah cara memperoleh sesuai dengan syariat Islam misalkan tidak dengan mencuri,
- c. Halal dalam memprosesnya adalah misalkan proses menyembelih bintang dengan syariat Islam misalkan dengan membaca bismillah,
- d. Halal dalam penyimpanannya, maksudnya tempat penyimpangan tidak mengandung barang yang diharamkan seperti, babi, anjing (binatang yang diharamkan oleh Allah SWT).

Indikator pengukuran label halal yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (Tengku Putri Lindung Bulan, dkk., 2017: 732).

- a. Gambar merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan dsb.) dibuat dengan coretan alat tulis.
- b. Tulisan
Merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca

- c. Kombinasi gambar dan tulisan merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.
- d. Menempel pada kemasan, dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat, (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk).

b. Bahan Makanan

Bahan makanan adalah bahan-bahan yang terkandung dalam produk makanan. Bahan menjadi suatu subjek utama yang sangat dikhawatirkan berkaitan pada kehalalan. Dalam perspektif Islam, bahan produk dapat mencakup beberapa isu yang perlu dipertimbangkan yaitu perhatian konsumen pada bahan dan kualitas serta keamanan isi makanan. Menurut Wandel dalam Unung Triana bahwa mayoritas konsumen begitu serius dalam memahami apa yang mereka konsumsi, di mana informasi tersebut biasanya dapat diketahui dari pelabelan makanan. Dari pelabelan makanan tersebut konsumen dapat mengetahui komposisi dari pembuatan makanan tersebut yang nantinya akan mempengaruhi minat beli dari konsumen. Itulah sebabnya pengetahuan tentang bahan produk menjadi penting sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih produk (Unung Triana, 2021: 5).

Pada pemikiran Islam, makanan halal tidak hanya persoalan mengenai mengandung bagian hewan yang tidak halal untuk dimakan atau digunakan oleh umat Islam. Namun, ada juga kriteria tertentu yang harus dianggap seperti makanan halal juga mencakup aspek keselamatan dan kualitas yang sangat terkait dengan penanganan, pengolahan, peralatan, penggunaan alat bantu pengolahan, pengemasan, penyimpanan, transportasi, dan distribusi serta ritel (Nur Ardayanti Binti Ahmad, dkk., 2013: 1073-1087).

Dalam dunia industri makanan, kini dikenal berbagai istilah seperti *favor* (perisa), *anti cacking agent*, *coloring agent*, dan *zat additive* lainnya. Bahan-bahan itulah yang menjadikan penentuan halal tidaknya suatu makanan cukup rumit dan

kompleks. Aktivitas produksi yang selama ini tidak pernah dikenal, atau bahkan tidak pernah terbayangkan, kini hal itu menjadi kenyataan. Zat seperti *propelin glikol, traicetin, gkliserin/gliserol* umumnya digunakan sebagai *solvent* bagi *favor*. *Solvent* t umumnya berasal dari hasil samping pembuatan sabun dan lilin yang direaksikan dengan asam lemak dari minyak/lemak yang dapat berasal dari lemak hewan. Di sinilah letak titik kritis. Jika lemak hewani tersebut berasal dari barang yang haram seperti babi, maka hukumnya jelas haram. Begitu juga dari hewan halal seperti sapi tapi cara penyembelihannya tidak secara syariah (Mughtar Ali, 2016: 304-305).

Indikator pengukuran bahan makanan menurut Yunus, adalah sebagai berikut: (Nor Sara Nadia Muhammad Yunus, dkk., 2014: 148).

- a. Informasi bahan produk, yaitu keterangan tentang bahan yang digunakan untuk membuat suatu produk,
- b. Istilah asing, yaitu bahasa yang tidak biasa digunakan oleh masyarakat yang mendiami daerah tertentu,
- c. Kualitas bahan, yaitu tingkat mutu atau kandungan yang terkandung dalam suatu produk.

c. Keputusan Pembelian

Stoner mengatakan bahwa keputusan adalah pemilihan di antara alternatif-alternatif. Definisi ini mengandung tiga pengertian yaitu, ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik, dan ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan itu makin mendekati pada pada tujuan tersebut (Usman Effendi, 2016: 247).

Simon berpendapat bahwa pengambilan keputusan adalah proses kognitif yang dapat dipisahkan menjadi sederhana dengan langkah-langkah yang berurutan (Alina Stankevich, 2017: 8). Hawkins, dkk., menjelaskan bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah kesan individu yang secara hati-hati mengevaluasi

atribut dari suatu produk, merek, atau jasa dan melakukan proses seleksi untuk memilih sesuatu dari salah satu alternatif pemecahan masalah kebutuhan (Usman Effendi, 2016: 248).

Pengambilan keputusan dalam perilaku konsumen meliputi berbagai jenis. Keputusan yang satu bisa memengaruhi keputusan yang lainnya. Keputusan ini juga bisa berpengaruh pada jenis keputusan lainnya yang berhubungan dengan proses konsumsi komoditas pada pascapembelian. Pada dasarnya setiap keputusan yang diambil adalah untuk mengatasi masalah yang dihadapi. Hal ini terkait dengan pembelian suatu komoditas untuk memenuhi kebutuhan hidup. Misalnya, konsumen memutuskan untuk membeli suatu payung untuk mengatasi masalah musim hujan, atau memutuskan untuk membeli jasa pendidikan untuk mengatasi masalah karena pendidikan sangat diperlukan sebagai prasyarat untuk memperoleh pekerjaan, dan sebagainya (Damiati, 2017: 174).

Pengukuran variabel keputusan pembelian menurut Kotler dalam Thamrin dan Francis adalah sebagai berikut: (Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, 2019: 129)

- a. Pengenalan masalah, yaitu konsumen melakukan pengenalan masalah dengan mengenali kebutuhannya bukan keinginannya.
- b. Pencarian informasi, dapat dilakukan dengan mencari informasi dari berbagai sumber terkait produk makanan impor.
- c. Evaluasi alternatif, dilakukan dengan mengevaluasi berbagai alternatif pilihan setelah pencarian informasi terkait produk makanan impor.
- d. Keputusan pembelian, keputusan akhir untuk membeli produk makanan impor setelah mempertimbangkan berbagai alternatif pilihan
- e. Perilaku purnabeli, yaitu sikap konsumen setelah melakukan pembelian produk makanan impor.

2. Kajian Sebelumnya

Penelitian oleh Rika Paujiah dkk., dengan judul penelitian “Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian”. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bauran pemasaran syariah dan label halal terhadap keputusan pembelian di d’BestO Kota Bogor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan bauran pemasaran syariah dan label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Rika Paujiah, 2020: 160).

Penelitian oleh Rini dan Ali dengan judul penelitian, “Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan.” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label halal dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan label halal dan ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada 212 mart di kota Medan (Rini Astuti dan M. Ali Hakim, 2021: 1)

Penelitian oleh Sahidillah dan Pika dengan judul penelitian, “Penggunaan Label Halal dan Harga dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi pada Masyarakat Kota Bandung)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan label halal dan harga dalam meningkatkan keputusan pembelian kosmetik wardah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan label halal pada kemasan serta harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan arah positif (Sahidillah Nurdin dan Pika Nilam Cahya Setiani, 2021: 111).

Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah Pengaruh Label Halal dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam). Tujuan Penelitian ini adalah

untuk mengetahui pengaruh label halal dan bahan makanan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor oleh mahasiswa baik secara parsial maupun simultan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian *ex post facto*. Penelitian *ex post facto* adalah penelitian bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidak antara dua atau lebih variabel tanpa didahului perlakuan terhadap objeknya. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam karya tulis ilmiah ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka, atau data berupa kata-kata atau kalimat yang dikonversi menjadi data yang berbentuk angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut. Objek dalam penelitian ini adalah label halal, bahan makanan dan keputusan pembelian dengan mahasiswa FEBI IAIN Bone sebagai subjek penelitian.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bone. Metode pengambilan *sample* yang digunakan adalah metode *probability sampling* yakni metode *simple random sampling*, yaitu metode pengambilan *sample* secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Jadi, jumlah *sample* yang diambil adalah 80 responden (mahasiswa).

Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner kepada mahasiswa dengan skala *Likert* yang nantinya digunakan untuk mengukur variabel label halal, bahan makanan dan keputusan pembelian; dan studi kepustakaan dengan melakukan penelusuran pada buku-buku elektronik, jurnal-jurnal dan berbagai referensi yang relevan dengan penelitian.

Tabel 1.1
Kisi-kisi Instrumen Angket

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Item Pernyataan
1.	Label Halal	1. Gambar	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mengerti maksud dari gambar label halal - Gambar label halal pada produk impor sesuai dengan standar LPPOM MUI. - Keberadaan gambar label halal pada kemasan tidak menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk impor.
		2. Tulisan	<ul style="list-style-type: none"> - Tulisan yang terdapat pada label halal dapat terbaca dengan jelas. - Tulisan halal terdapat dibagian tengah gambar. - Adanya tulisan "Halal" pada produk membantu saya mengidentifikasi produk sebelum melakukan pembelian produk impor.
		3. Kombinasi gambar dan tulisan	<ul style="list-style-type: none"> - Gambar dan tulisan halal disatukan dalam satu bagian. - Saya mengetahui kombinasi gambar dan tulisan halal yang otentik resmi Majelis Ulama Indonesia (MUI) - Kombinasi tulisan dan gambar label halal dari MUI menjadi pertimbangan saya

			sebelum membeli produk impor.
		4. Menempel pada kemasan	<ul style="list-style-type: none"> - Label halal suatu produk biasanya dapat ditemukan pada kemasan. - Adanya label halal pada kemasan menjamin kehalalan produk impor - Adanya label halal pada kemasan mempermudah saya mengetahui mutu produk impor.
2.	Bahan Makanan	1. Informasi bahan produk	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi kandungan/komposisi bahan yang ada dalam pelabelan produk makanan impor sangat penting. - Saya tidak mengetahui bahan-bahan makanan halal apa saja yang ada pada komposisi produk makanan impor. - Saya mengetahui bahwa beberapa produk makanan impor mengandung bahan-bahan tidak halal.
		2. Istilah asing	<ul style="list-style-type: none"> - Saya tidak akan membeli bahan-bahan makan yang tidak asing atau mencurigakan kehalalannya. - Bahan asing yang digunakan dalam produk akan memicu kecurigaan terhadap "kehalalan" suatu produk. - Penggunaan istilah asing untuk menggambarkan suatu bahan pada produk makanan impor sulit untuk dimengerti.

		3. Kualitas bahan	<ul style="list-style-type: none"> - Bahan-bahan yang dipakai dalam produk makanan impor mencerminkan keamanan produk. - Bahan-bahan yang digunakan dalam produk makanan impor terjamin kualitasnya.
3.	Keputusan Pembelian	1. Pengenalan masalah	<ul style="list-style-type: none"> - Saya menyadari adanya kebutuhan untuk membeli produk makanan impor - Saya tahu bahwa kebutuhan saya tidak hanya pada produk makanan impor. - Saya meyakini bahwa produk makanan impor adalah kebutuhan pokok yang paling utama.
		2. Pencarian informasi	<ul style="list-style-type: none"> - Pengalaman pribadi adalah informasi paling akurat yang saya jadikan pedoman sebelum memilih produk makanan impor. - Saya memperoleh informasi tentang produk makanan impor dari teman, keluarga, iklan dan atau media massa. - Saya mencari tahu mengenai proses pembuatan suatu produk makanan impor.
		3. Evaluasi alternatif	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mempertimbangkan harga dan selera sebelum membeli produk makanan impor. - Saya mencari manfaat tertentu dari produk makanan impor. - Saya mempertimbangkan

		aspek kehalalan dari produk makanan impor.
	4. Keputusan pembelian	<ul style="list-style-type: none"> - Saya memutuskan membeli produk makanan impor karena berlabel halal. - Saya memutuskan membeli produk makanan impor karena mendapatkan manfaat tertentu. - Saya memutuskan membeli produk makanan impor karena mendapatkan karena harga yang terjangkau dan sesuai dengan selera.
	5. Perilaku purnabeli	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa puas setelah membeli produk makanan impor. - Saya merasa rugi setelah membeli produk makanan impor. - Saya merekomendasikan kepada keluarga atau teman untuk membeli produk makanan impor.

Data dari hasil kuesioner kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode analisis *regresi linear berganda* setelah data di uji validitas, reabilitas dan uji asumsi klasik. Alat analisis yang digunakan adalah aplikasi *SPSS 25*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat keakuratan suatu item dalam angket atau skala yang ingin diukur. Menentukan valid atau tidaknya item yang digunakan maka yang harus dilakukan adalah dengan membandingkan r_{hitung} dengan

r_{tabel} yang memiliki taraf signifikansi 0,05 dengan $N=80$. Oleh karena itu, dilakukan uji statistik dengan menggunakan SPSS 25 untuk mengetahui tingkat validitas item.

Tabel 1.2

Ringkasan Hasil Uji Validitas Label Halal

No.	R Hitung	R Tabel (5%)	Keterangan
1	0,377	0,220	Valid
2	0,465	0,220	Valid
3	0,349	0,220	Valid
4	0,149	0,220	Invalid
5	0,534	0,220	Valid
6	0,615	0,220	Valid
7	0,526	0,220	Valid
8	0,578	0,220	Valid
9	0,338	0,220	Valid
10	0,439	0,220	Valid
11	0,369	0,220	Valid
12	0,518	0,220	Valid

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil uji melalui aplikasi SPSS 25 dinyatakan bahwa terdapat satu item pernyataan yang dinyatakan gugur atau tidak valid karena karena r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} . Item pernyataan yang gugur tersebut yakni indikator tulisan yaitu pernyataan butir ke-4, sedangkan 11 item pernyataan lainnya dinyatakan valid.

Tabel 1.3

Ringkasan Hasil Uji Validitas Bahan Makanan

No.	R Hitung	R Tabel (5%)	Keterangan
1	0,385	0,220	Valid
2	0,208	0,220	Invalid
3	0,416	0,220	Valid
4	0,540	0,220	Valid
5	0,168	0,220	Invalid
6	0,531	0,220	Valid
7	0,215	0,220	Invalid
8	0,544	0,220	Valid

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil uji melalui aplikasi SPSS 25 dinyatakan bahwa terdapat tiga item pernyataan yang dinyatakan gugur atau tidak valid karena karena r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} . Item pernyataan yang gugur tersebut yakni indikator informasi bahan produk yaitu pernyataan butir ke-2, indikator istilah asing yaitu pernyataan butir ke-5, dan indikator kualitas bahan yaitu pernyataan butir ke-7, sedangkan 5 item pernyataan lainnya dinyatakan valid.

Tabel 1.4

Ringkasan Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

No.	R Hitung	R Tabel (5%)	Keterangan
1	0,295	0,220	Valid
2	0,435	0,220	Valid
3	0,451	0,220	Valid

4	0,440	0,220	Valid
5	0,503	0,220	Valid
6	0,344	0,220	Valid
7	0,441	0,220	Valid
8	0,369	0,220	Valid
9	0,420	0,220	Valid
10	0,417	0,220	Valid
11	0,337	0,220	Valid
12	0,515	0,220	Valid
13	0,499	0,220	Valid
14	0,451	0,220	Valid
15	0,363	0,220	Valid

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil uji melalui aplikasi SPSS 25 dinyatakan bahwa item-item pernyataan pada variabel keputusan pembelian dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

b. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji SPSS 25 diketahui bahwa data penelitian telah terbukti *reliable* karena nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai 0,6 atau 60%.

Tabel 1.5
Ringkasan Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha yang Disyaratkan	Keterangan
1	Label halal	0,649	0,6	Reliable
2	Bahan Makanan	0,618	0,6	Reliable
3	Keputusan Pembelian	0,645	0,6	Reliable

Sumber: Output SPSS

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 1.6
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LABEL HALAL	BAHAN MAKANAN	KEPUTUSAN PEMBELIAN	Unstandardized Residual
N		80	80	80	80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	45.89	20.00	58.51	.0000000
	Std. Deviation	3.504	2.233	5.009	4.60789973
Most Extreme Differences	Absolute	.127	.150	.091	.068
	Positive	.070	.150	.091	.058
	Negative	-.127	-.100	-.054	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		1.133	1.342	.816	.606
Asymp. Sig. (2-tailed)		.153	.055	.519	.856

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Output SPSS

Tabel di atas menunjukkan bahwa secara parsial, data variabel label halal berdistribusi normal karena nilai *asymp. sig (2-tailed)* lebih besar dari taraf signifikansi yaitu $0,153 > 0,05$; data variabel bahan makanan juga berdistribusi secara normal dengan hasil $0,055 > 0,05$; sama halnya dengan data variabel keputusan pembelian yang juga berdistribusi normal dengan hasil $0,519 > 0,05$. Selanjutnya variabel *ustandardized residuals* menunjukkan bahwa secara simultan

nilai *asympt. sig (2-tailed)* dari ketiga variabel adalah $0,856 > 0,05$, artinya data berdistribusi normal secara bersamaan.

2) Uji Multikolinearitas

Ada tidaknya multikolinearitas dapat diketahui dari besarnya nilai VIF (*Variance Infalation Factor*) dan nilai *Tolerance*, dengan syarat *tolerance value* $< 0,10$ atau $VIF > 0,10$, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 1.7

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	29.231	8.249		3.544	.001		
LABEL HALAL	.339	.150	.237	2.260	.027	.999	1.001
BAHAN MAKANAN	.687	.235	.306	2.920	.005	.999	1.001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai *Tolerance* untuk variabel label halal dan bahan makanan adalah $0,999 > 0,10$ dan nilai VIF untuk variabel label halal dan bahan makanan adalah $1,001 < 10,00$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Salah satu cara untuk mendeteksi adanya gejala heterokedastisitas dalam suatu model regresi adalah dengan melakukan uji *glejser*, dengan syarat nilai *sig.* $> 0,05$.

Tabel 1.8

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.235	5.108		-.046	.963
LABEL HALAL	.122	.093	.148	1.312	.193
BAHAN MAKANAN	-.089	.146	-.069	-.613	.541

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Output SPSS

Tabel di atas menunjukkan bahwa diketahui nilai *sig.* untuk variabel label halal adalah 0,193 dan bahan makanan adalah 0,541, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heterokedstisitas dalam model regresi.

d. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1.9

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	29,231	8,249		3,544	0,001
LABEL HALAL	0,339	0,150	0,237	2,260	0,027
BAHAN MAKANAN	0,687	0,235	0,306	2,920	0,005

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Output SPSS

Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh label halal dan bahan makanan terhadap keputusan pembelian. Hasil persamaan adalah sebagai berikut:

- a) Nilai konstan (a) bernilai positif sebesar 29,231. Angka ini menunjukkan apabila variabel label halal dan bahan makanan konstan, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 29,231.
- b) Koefisien regresi variabel label halal bernilai positif sebesar 0,339. Ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% variabel label halal, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,339 dengan kata lain nilai koefisien regresi variabel label halal bernilai positif artinya apabila label halal semakin tinggi maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian.
- c) Koefisien regresi variabel bahan makanan bernilai positif sebesar 0,687. Ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% variabel bahan makanan, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,687 dengan kata lain nilai koefisien regresi variabel bahan makanan bernilai positif artinya apabila bahan makanan semakin tinggi maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian.

2) Uji T (Parsial)

Uji t dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05, jika nilai *sig.* > 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan jika nilai *sig.* < 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hipotesis 1 : Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan tabel 1.9 diatas bahwa t_{hitung} variabel label halal sebesar 2,260 dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,260 > 1,664$) dengan nilai signifikansi $0,027 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara label halal dengan keputusan pembelian.

Hipotesis 2 : Bahan makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan tabel 1.9 di atas bahwa t_{hitung} variabel bahan makanan sebesar 2,920 dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,920 > 1,664$) dengan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara bahan makanan dengan keputusan pembelian.

3) Uji F (Simultan)

Tabel 1.10

ANOVA^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	118,905	1	118,905	4,978	.029 ^b
Residual	1863,082	78	23,886		
Total	1981,988	79			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), LABEL HALAL

Sumber: Output SPSS

Hipotesis 3 : Bahan makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan tabel 1.10 di atas bahwa F_{hitung} sebesar 4,978 dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,978 > 3,11$) dengan nilai signifikansi $0,029 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara label halal dan bahan makanan dengan keputusan pembelian.

4) Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 1.11

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.245 ^a	.060	.048	4.887
a. Predictors: (Constant), LABEL HALAL				

Sumber: Output SPSS

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0,154. Hal ini membuktikan bahwa pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian sebesar 6%.

Tabel 1.12

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.312 ^a	.098	.086	4.789
a. Predictors: (Constant), BAHAN MAKANAN				

Sumber : Output SPSS

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0,98. Hal ini membuktikan bahwa pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian sebesar 9,8%.

Tabel 1.13

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.392 ^a	.154	.132	4.667
a. Predictors: (Constant), BAHAN MAKANAN, LABEL HALAL				
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN				

Sumber : Output SPSS

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0,154. Hal ini membuktikan bahwa pengaruh label halal dan bahan makanan terhadap keputusan pembelian sebesar 15,4% dan sisanya 84,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian.

2. Pembahasan

a. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dijelaskan di atas menunjukkan bahwa H_0 diterima, yang diketahui bahwa terdapat pengaruh positif secara signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa label halal menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk makanan impor oleh mahasiswa FEBI IAIN Bone.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dwi dan Benny (2018: 77) bahwa label halal mempunyai hubungan dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan, hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan label halal pada produk makanan halal memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Adanya label halal pada kemasan dapat meyakinkan masyarakat dalam membeli produk. Adanya label halal memberikan rasa aman dan nyaman dalam mengonsumsi produk. Mengonsumsi produk halal terdapat dalam kitab suci dan merupakan perintah langsung dari Allah yang ditujukan untuk kebaikan manusia sendiri, keterangan tentang halal pada produk yang dijual mempunyai arti penting dan dimaksudkan untuk melindungi konsumen yang beragama Islam dapat terhindar dari perilaku konsumsi produk yang tidak halal (haram). Dengan menetapkan standar halal membuat produk memiliki standart kualitas yang jelas, serta memberikan nilai fungsi yang lebih kepada pelanggan, produk yang sudah memiliki jaminan halal, secara langsung memberikan ketenangan batin bagi konsumennya karena sudah tidak ada keraguan lagi (Era Susanti dkk, 2018: 50).

b. Pengaruh Bahan Makan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan di atas menunjukkan bahwa Ha diterima, yang diketahui bahwa terdapat pengaruh positif secara signifikan antara bahan makanan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa selain label halal, bahan makanan juga menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk makanan impor oleh mahasiswa FEBI IAIN Bone.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurrahmi Hayani (2019: 43) bahwa bahan makanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan. Bahan makan adalah bahan-bahan yang digunakan dalam membuat suatu produk makanan. Bahan makanan menjadi salah satu faktor utama dalam keputusan pembelian konsumen. Dalam perspektif Islam, bahan makanan dapat mencakup beberapa isu yang perlu dipertimbangkan. Isu di sini termasuk isu-isu keakraban konsumen pada bahan dan kualitas serta keamanan isis makanan. Itulah sebabnya pengetahuan tentang bahan makanan menjadi penting sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih produk (Ahmad Izzuddin, 2018: 105).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka dapat dikemukakan kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Label halal berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor. Artinya bahwa ketika label halal mengalami kenaikan maka keputusan pembelian produk impor juga akan meningkat, begitupun sebaliknya. Besar pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan impor adalah 6%.
2. Bahan makanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor. Artinya bahwa ketika bahan makanan

mengalami kenaikan maka keputusan pembelian produk impor juga akan meningkat, begitupun sebaliknya. Besar pengaruh bahan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor adalah 9,8%.

3. Label halal dan bahan makanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor. Artinya bahwa ketika label halal dan bahan makanan mengalami kenaikan secara bersamaan maka keputusan pembelian produk impor juga akan meningkat, begitupun sebaliknya. Besar pengaruh label halal dan bahan makanan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor adalah 15,4%.

Berdasarkan kesimpulan maka disarankan bagi BPOM untuk memperketat pengawasan terhadap produk makanan impor yang masuk dan beredar di masyarakat agar konsumen terlindungi dari produk-produk makanan yang tidak halal dan berbahaya, selain itu untuk meningkatkan keputusan pembelian produk makanan impor maka kombinasi dari pertimbangan label halal dan bahan makanan harus menjadi perhatian produsen yang akan memasarkan produknya di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*. Ed. I. Cet. V; Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Ahmad, Nur Ardayanti Binti dkk. "A Study on Halal Food Awareness Among Muslim Customers in Klang Valley." *4 th International Conference on Business and Economic Research*. Bandung, Indonesia, 2013.
- Ali, Muchtar. "Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal." *Ahkam*. Vol. 16, No. 2, Juli 2016.
- Astuti, Rini dan M. Ali Hakim. "Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. Vol. 4, No. 1, Maret 2021.
- Bulan, Tengku Putri Lindung dkk. "Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa." *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol 6, No. 2, Nov 2017.

- Damiati dkk. *Perilaku Konsumen*. Ed. I. Cet. I; Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Effendi, Usman *Psikologi Konsumen*. Cet. I; Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- Harahap , Darwis dkk. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan." *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*. Vol. 4, No. 2, Juli-Desember 2018.
- Hayani, Nurrahmi. "Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumah Tangga Muslim di Pekanbaru." *Jurnal al-Amwal*. Vol. 8, No. 1, Juni 2019.
- Hernama dan Lies Handrijaningsih. "Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Impor di Kalangan Mahasiswa." *UG Jurnal*. Vol. 15, Ed. 2, Februari 2021.
- Izzuddin, Ahmad. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner." *Jurnal Penelitian IPTEKS*. Vol. 3, No. 2, Juli 2018.
- Mardiah dan Ernawaty. "Pelaksanaan Pengawasan Terhadap Produk Makanan Impor oleh Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) di Kota Pekanbaru." *Jurnal Online Mahasiswa*. Vol. 1, No. 1.
- Nurdin, Sahidillah dan Pika Nilan Cahya Setiani. "Penggunaan Label Halal dan Harga dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi pada Masyarakat Kota Bandung)." *Jurnal Sain Manajemen*. Vol. 3, No. 2, Agustus 2021.
- Paujiah, Rika dkk. "Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian." *Al-Maal*. Vol. 1, No. 2, Januari 2020.
- Rossanty, Yossie dkk. "Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan di Kota Medan." *Jurnal Manajemen Tools*. Vol. 6, No. 1, Juni 2016.
- Sari, Dewi Kurnia dan Ilyda Sudardjat. "Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 1, No. 4, Maret 2013.
- Stankevich, Alina. "Explaining The Consumers Decision-Making Process: Critical Literature Riview." *Journal of International Business Research and Marketing*. Vol. 2, Issue 6, 2017.

- Sutardi, Iis. "Analisis Persepsi Konsumen tentang Labelisasi Halal pada Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syariah di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*. Vol. 8, No. 1, Juni 2019.
- Triana, Unung "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan dan Citra Merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEBI*. Vol. 9, No. 2, 2021.
- Wibowo, Dwi Edi dan Benny Diah Mandusari. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan." *Indonesian Journal of Halal*. Vol. 1, No. 1, Oktober 2018.
- Yunitasari, Vivi dan Moch. Khoirul Anwar. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk makanan Kemasan Impor pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya." *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 2, No. 1, 2019.
- Yunus, Nor Sara Nadia Muhammad dkk., "Muslim's Purchase Intention Towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer." *Procedia-Social and Behavior Sciences* 130, 2014.