

PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN IMPOR DI KALANGAN MAHASISWA

(Studi Empiris pada mahasiswa Universitas Islam Malang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2018)

Putri Ningsih*, Nur Diana**, M. Cholid Mawardi**
21801083040@unisma.ac.id

Abstract

This study aims to examine whether simultaneously and partially the variables of halal labeling, product prices, and product quality on purchasing decisions of imported food products. This study uses a quantitative method by distributing questionnaires using a google form via online. This study took a sample of students from the Islamic University of Malang, the Faculty of Economics and Business, batch 2018. The results obtained from this study are that the halal labeling variables, product prices, and product quality have a significant effect on purchasing decisions. Partially halal labeling has a significant effect on purchasing decisions, partially product prices have a significant effect on purchasing decisions, and partially product quality has a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: *Halal Labeling, Product Price, Product Quality.*

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi saat ini sangat cepat, berdampak pada kemajuan teknologi, telekomunikasi sangat pesat berpengaruh terhadap pendapatan ekonomi. Dalam data BPS tahun 2021, jumlah penduduk sebanyak 272.229.372 jiwa, dimana 137.521.557 jiwa laki-laki dan 134.707.815 jiwa perempuan. Jumlah penduduk akan terus meningkat setiap tahunnya serta akan mempengaruhi konsumsi masyarakat semakin tinggi. Hal tersebut akan mendorong melakukan impor produk makanan.

Hanya ada beberapa produk makanan impor label halal, ada juga produk pangan impor masuk secara ilegal, produk tersebut masih diragukan kehalalannya. Produk legal ialah produk tidak terdaftar di BPOM, ialah produk tidak mempunyai nomor kode ML (Makanan Luar Negeri).

Sesuai peraturan menteri perdagangan Nomor 31 tahun 2011 tentang barang makanan halal ialah bentuk keyakinan masyarakat beragama islam serta telah terjamin oleh perundangan khususnya tentang perlindungan konsumen nomor 8 tahun 1999 dan produk halal itu telah menjadi kewajiban bagi setiap umat muslim.

RUMUSAN MASALAH

Bersumber uraian latar belakang diatas, bisa dirumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah X1, X2 serta X3 mempengaruhi terhadap Y ?
- b. Apakah X1 mempengaruhi terhadap Y?
- c. Apakah X2 mempengaruhi terhadap Y?
- d. Apakah X3 mempengaruhi terhadap Y?

LANDASAN TEORI

Labelisasi Halal

Dari agama republik Indonesia (2003:52) jika Labelisasi halal ialah keterangan halal tertulis kemasan dikeluarkan atas dasar pengukuhan halal menyatu kemasan

produk serta bukti jaminan sah digunakan maupun dikonsumsi oleh masyarakat sesuai ketentuan syariat islam maupun peraturan undang-undang.

Harga Produk

Bagi Monroe (2005: 34) Harga yakni pengorbanan pelanggan mendapatkan produk ataupun jasa. Bagi Dinawan (2010: 63) Harga sudut pandang yakni Sesuatu moneter ataupun dimensi lainnya benda ataupun jasa ditukarkan supaya mendapatkan hak kepemilikan ataupun pemakaian sesuatu benda serta jasa.

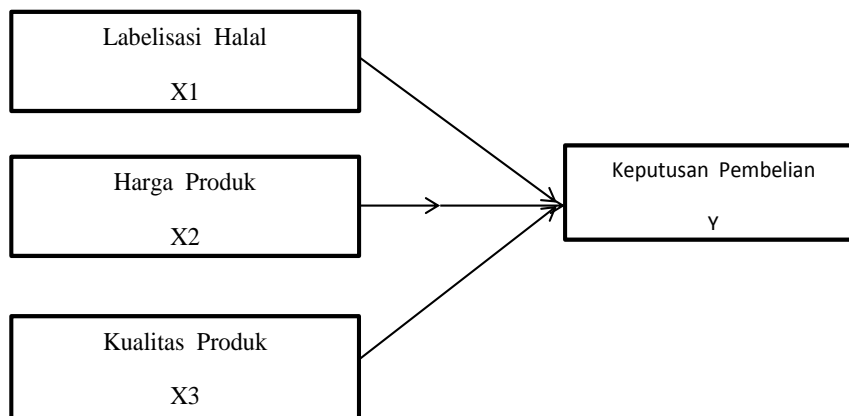
Kualitas Produk

Bagi Kotler (2003: 347) Kualitas produk yakni keahlian melakukan fungsi- fungsinya. Keahlian produk tersebut meliputi energi tahan, keandalan, ketelitian, dihasilkan kemudahan dioperasikan dan diperbaiki dan atribut lain berharga pada produk secara totalitas. Salah satu karakteristik produk yang mempunyai mutu merupakan produk leluasa cacat dan sesuai.

Keputusan Pembelian

Bagi Kotler (2009: 184) Mendefinisikan jika keputusan pembelian konsumen yakni keputusan pembelian suatu benda ataupun kebutuhan rumah tangga hendak digunakan selaku kebutuhan lainnya.

KERANGKA KONSEPTUAL



HIPOTESIS :

H1 : X1, X2 serta X3 mempengaruhi terhadap Y.

H1a : X1 mempengaruhi terhadap Y.

H1b : X2 mempengaruhi terhadap Y.

H1c : X3 mempengaruhi terhadap Y.

METODE PENELITIAN

Jenis, dan Lokasi Penelitian

Riset termasuk jenis riset kuantitatif korelasional. riset di lakukan di Fakultas Ekonomi serta Bisnis Universitas Islam Malang Jln. Mayjen Haryono No.193, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur.

Populasi dan sampel

Pada riset ini Populasi digunakan ialah Mahasiswa Universitas Islam Malang Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2018. Sampel diambil yaitu menggunakan rumus slovin.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1 Deskripsi Karakteristik Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Laki-Laki	21	19,9%
2	Perempuan	70	80,1%
Total		91	100%

Bersumber diatas jika Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang yang menjadi responden riset ialah 21 responden laki-laki (19,9%) dan 70 responden perempuan (80,1%).

tabel 4.2 Deskripsi Karakteristik Pembelian Produk Makanan Impor

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Membeli Produk	30	24,8%
2	Tidak Membeli Produk	61	75,2%
Total		91	100%

Sumber : Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Bersumber diatas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang karakteristik pembelian produk makanan impor menjadi responden riset terdiri dari 30 responden Membeli Produk (24,8%) serta 61 responden tidak membeli produk (75,2%).

Tabel 4.4 Deskripsi Karakteristik Angkatan

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	2018	91	100%
Total		91	100%

Sumber : Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Bersumber diatas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang yang menjadi responden riset terdiri dari 91 responden angkatan 2018 (100%).

Uji Instrumen

4.5 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1	Labelisasi Halal (X1)	X1_1	0,843	0,2039	Valid
		X1_2	0,872	0,2039	Valid
		X1_3	0,767	0,2039	Valid
2	Harga Produk (X2)	X2_1	0,756	0,2039	Valid
		X2_2	0,816	0,2039	Valid
		X2_3	0,873	0,2039	Valid
		X2_4	0,835	0,2039	Valid
3	Kualitas Produk (X3)	X3_1	0,765	0,2039	Valid
		X3_2	0,853	0,2039	Valid
		X3_3	0,827	0,2039	Valid
		X3_4	0,738	0,2039	Valid
		X3_5	0,874	0,2039	Valid
		X3_6	0,857	0,2039	Valid
4	Keputusan Pembelian (Y)	Y_1	0,756	0,2039	Valid
		Y_2	0,878	0,2039	Valid
		Y_3	0,747	0,2039	Valid
		Y_4	0,739	0,2039	Valid
		Y_5	0,764	0,2039	Valid

Bersumber uji instrumen skor hitung $>$ r tabel kesimpulannya semua item tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Labelisasi Halal (X1)	3	0.745	Reliabel
Harga produk (X2)	4	0.874	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	6	0.856	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	5	0.714	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Bersumber diatas menunjukan jika skor cronbach's Alpha > 0,60 data dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

	X1	X2	X3	Y	
N	91	91	91	91	
Normal Parameters(a,b)	Mean	,5745	,5822	,5961	,5394
	Std. Deviation	,07467	,08975	,07541	,06443
Most Extreme Differences	Absolute	,124	,105	,087	,112
	Positive	,124	,105	,094	,045
	Negative	-,118	-,125	-,120	-,112
Kolmogorov-Smirnov Z	,124	,105	,087	,112	
Asymp. Sig. (2-tailed)	,069 ^c	,182 ^{c,d}	,202 ^{c,d}	,086 ^c	

Hasil Uji Normalitas

1. variabel (X1) ialah skor *Kolmogorov-Smirnov* skor 1,263 signifikan 0,062 hasil ini menunjukan jika skor $0,062 > a$ (0,05) dinyatakan normal.
2. variabel (X2) ialah skor *Kolmogorov-Smirnov* skor 1,225 signifikan 0,099 hasil ini menunjukan jika skor $0,099 > a$ (0,05) dinyatakan normal.
3. variabel (X3) ialah skor *Kolmogorov-Smirnov* senilai 1,245 signifikan 0,082 hasil ini menunjukan jika skor $0,082 > a$ (0,05) dinyatakan normal.
4. Variabel (Y) jika skor *Kolmogorov-Smirnov* senilai 1,288 signifikan 0,072 hasil ini menunjukan jika skor $0,072 > a$ (0,05) dinyatakan normal.

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas**Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Labelisasi Halal	.593	1.686
	Harga produk	.446	2.241
	Kualitas Produk	.579	1.729

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik multikolinearitas diatas bisa diketahui skor VIF pada variabel (X1) ialah 1,686 skor tolerance ialah 0,593. skor VIF variabel (X2) ialah 2,241 skor tolerance ialah 0,448. Serta skor VIF pada variabel (X3) ialah 1,729 skor tolerance ialah 0,579. Hasil pengujian tersebut memberikan kesimpulan jika model regresi riset tidak multikolinearitas karena skor $VIF < 10$ serta skor tolerance $> 0,10$.

Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.560	1.224		1.275	.206
	Labelisasi Halal	.048	.083	.087	.574	.568
	Harga	-.044	.056	-.105	-.782	.436
	Kualitas Produk	-.005	.049	-.013	-.098	.922

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Dari hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.13 jika variabel (X1) ialah skor signifikan $0,568 > 0,05$ kesimpulannya jika tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Pada variabel (X2) ialah skor signifikan $0,436 > 0,05$ kesimpulannya jika tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Variabel (X3) ialah skor signifikan $0,922 > 0,05$ kesimpulannya jika tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.553	1.608		.344	.732
	Labelisasi Halal	.267	.131	.187	2.048	.003
	Harga	.671	.087	.616	7.671	.000
	Kualitas Produk	.274	.074	.296	3.704	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer diolah, 2022

$$Y = 0,553 + 0,267 X_1 + 0,671 X_2 + 0,274 X_3 + e$$

Sig. 0,003
Sig. 0,000
Sig. 0,000

Uji Hipotesis

Uji F (simultan)

Tabel 4.11 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	742.350	4	186.023	54.664	.000 ^a
	Residual	413.890	87	3.403		
	Total	1156.240	86			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Labelisasi Halal

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Bersumber uji pada tabel 4.15 skor F_{hitung} ialah 54,664 skor signifikan ialah $0,000 < 0,05$. Hal ini H1 diterima dan HO ditolak sehingga variabel (X_1), (X_2) serta (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap (Y).

Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.386a	.149	.116	1.488

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Labelisasi Halal

a. Dependen Variabel: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Bersumber diatas diketahui seluruh skor *adjusted R square* ialah 0.116 berarti seluruh variabel independen mempunyai kontribusi secara bersamaan ialah 11,6% terhadap variabel (X1), (X2) serta (X3) terhadap (Y). Sedangkan nilai 88,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak riset.

Tabel 4.13 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.553	1.608		.344	.732
	Labelisasi Halal	.267	.131	.187	2.048	.003
	Harga	.671	.087	.616	7.671	.000
	Kualitas Produk	.274	.074	.296	3.704	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel Labelisasi Halal (X1)

Bersumber diatas bisa diketahui jika variabel (X1) skor t_{hitung} ialah 2,048 serta skor signifikan $0,003 < 0,05$ sehingga H1a diterima dan HO ditolak kesimpulannya variabel (X1) berpengaruh Positif dan signifikan terhadap (Y).

2.Variabel Harga Produk (X2)

Bersumber diatas bisa diketahui jika variabel (X2) skor t_{hitung} ialah 7,671 serta skor signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H1b bisa diterima dan HO ditolak kesimpulannya jika (X2) berpengaruh Positif dan signifikan terhadap (Y).

3.Variabel Kualitas Produk (X3)

Bersumber diatas bisa diketahui jika variabel (X3) skor t_{hitung} ialah 3,704 serta skor signifikan $0,00 < 0,05$ sehingga H1c diterima dan HO ditolak sehingga kesimpulannya (X3)

berpengaruh positif serta signifikan terhadap (Y).

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

1. Berdasarkan variabel (X1), (X2) serta (X3) berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian.
2. Bersumber hasil uji t dalam regresi linier berganda jika variabel pengaruh (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap (Y).
3. Bersumber hasil uji t dalam regresi linier berganda jika (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y.
4. Bersumber hasil uji t dalam regresi linier berganda diperoleh jika variabel (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y.
5. Bersumber perhitungan koefisien determinasi (R²) diketahui nilai *Adjusted R square* sebesar 0.116. Hal ini bahwa variabel pengaruh labelisasi halal, harga produk, dan kualitas produk secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 11,6% terhadap keputusan pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 88,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

SARAN

- a. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya memperluas pengambilan sampel penelitian. Tidak hanya fokus pada mahasiswa Universitas Islam Malang Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2018 bisa juga PTS dan PTN dikota malang.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya variabel independen yang digunakan bisa dikembangkan atau diganti dengan variabel lain seperti pengaruh *Green product* dan *Brand Image*, terhadap keputusan pembelian.
- c. Untuk Penelitian selanjutnya lebih baik jika ditambahkan teknik lain selain seperti metode wawancara dalam mengumpulkan data mengenai keputusan pembelian produk makanan impor.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary dan Kotler, Philip. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta : Penerbit Prenhalindo
- Bulan, T. P. L. (2016). Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 431-439.
- Dinawan. (2010). kualitas Produk: Alat Strategi Yang Penting Free Press PT. Raja Gravindo Persada. Jakarta
- Dharmmesta, B. S. Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*.
- Emzir. (2009). Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta. Pt Raja Grafindo Persada.
- Fitria, N. D. (2016). Pengaruh Label Halal dan Aspek Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Impor (Studi Kasus Konsumen Muslim DKI Jakarta)[Institut Pertanian Bogor]. *Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor*.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Edisi 4. BP-UNDIP Semarang.
- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program SPSS* . Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N. (2004). *Basic Econometrics* (Ekonometrika Dasar). Alih Bahasa Sumarno Zain. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Gujarati, Damodar N. (2011). *Basic Econometrics (Ekonometrika Dasar)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasan, K. S. (2014). Kepastian hukum sertifikasi dan labelisasi halal produk pangan. *Jurnal Dinamika Hukum*, 14(2), 227-238.
- S, N. (2010). *metodologi penelitian kesehatan*. Reneka cipta.
- Kementrian agama republik Indonesia. (2003). *pedoman labelisasi halal*. proyek pembunaan pangan halal direktorat jenderal bimbingan masyarakat islam dan penyelenggaraan haji.
- Kotler, Philip.(2003). Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II. Edisi ke 11. PT Index, Gtamedia: Jakarta.
- Kotler, Philip. dan Keller. (2007). Manajemen Pemasaran. Jilid I, Edisi ke 12. PT. Index: Jakarta

