

**PENGARUH LABEL HALAL DAN LABEL BPOM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN KEMASAN (STUDI
MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALU**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI)
Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Palu*

Oleh:

**M. Reza B. Ahmad
NIM :14.3.12.0020**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS
SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM (FSEI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALU**

2018

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Label Halal dan Label Bpom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan (Studi Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. Adalah hasil karya sendiri, jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang di peroleh karenanya, batal demi hukum.

Palu, 28 Juli 2018 M
28 Sawwal 1439 H

Penulis

M.REZA B. AHMAD
Nim. 14.3.12.0020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Label Halal dan Label BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan (Studi Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu** ”. oleh mahasiswa atas nama **M.REZA B. AHMAD** Nim:14.3.12.0020, Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat diajukan untuk diujikan dihadapan dewan penguji.


Palu, 28 Juli 2018

15 Dzulkaidah 1439 H

PEMBIMBING I


Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag
 19770331 20031 2002

PEMBIMBING II


Mayyadah Lc, M.H.I
 19860320 201403 2 006

Mengetahui
 Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
 Institut Agama Islam Negeri Palu


Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
 NIP. 19650505 199903 1 002

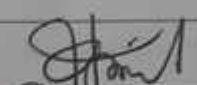
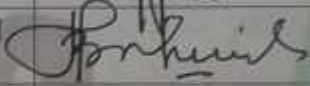
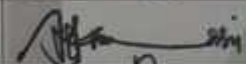
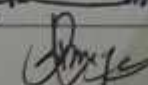
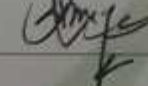
PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara **M.Reza B. Ahmad**, NIM: 143120020 dengan judul "**Pengaruh Label Halal Dan Label Bpom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan (Studi Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam) Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palu**" yang telah diujikan di hadapan dewan penguji Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (IAIN) Palu pada tanggal 27 Agustus 2018 M, bertepatan pada tanggal 15 Dzulhijjah 1439 H. Dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana-Ekonomi (S.E) jurusan ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 21 November 2018 M

13 Rabiul Awal 1440 H

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dra.Sitti Nurkhaerah, M.H.I	
Penguji I	Dr. H. Sofyan Bahemid, S.pd., MM	
Penguji II	Hamiyuddin, S.Pd., M.H.	
Pembimbing I	Dr. Ermawati, M.Ag	
Pembimbing II	Mayyadah Lc, M.H.I	

Mengetahui

Dekan Fakultas Syariah Dan
Ekonomi Islam

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP.19650505 199903 1002

Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah

Dr. Sitti M. syahidah, M.Th.I.
NIP.19670710199903 2 005

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ , أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat diselesaikan sesuai target waktu yang telah direncanakan. Shalawat dan salam penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad saw dan segenap keluarga dan sahabatnya yang telah memberikan berbagai tauladan kehidupan sebagai pedoman umatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat bantuan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Yang tercinta Ayahanda Bukhari Ahmad dan Ibunda Berkah Saleh., yang telah membesarkan, mendidik dan membiayai penulis dalam kegiatan studi dari jenjang pendidikan dasar sampai perguruan tinggi.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf S Pettalongi, M.Pd, selaku Rektor IAIN Palu, Dr. Abidin, S.Ag.M.Ag, sebagai Wakil Rektor 1 Bidang Administrasi Umum, perencanaan dan keuangan, Dr. H. Kamaruddin, M.A, sebagai Wakil Rektor II Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga. Dr. H. Iskandar, M.Sos.I sebagai Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, segenap unsur pimpinan IAIN, yang telah mendorong dan memberikan kebijakan kepada penulis dalam berbagai hal yang berhubungan dengan studi di IAIN Palu.

3. Bapak Dr. Hilal Malarangan, M.HI, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Bapak Dr. Gani Jumat, S.Ag M.Ag, selaku Wakil Dekan I, Bapak Drs. Saprudin, M.HI selaku Wakil Dekan II, Ibu Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag selaku Wakil Dekan III, Ibu Ketua Jurusan Ekonomi Islam, Dr. Sitti Musyahidah M.Ag, yang selalu melayani mahasiswa dengan bijak dan penyayang.
4. Ibu Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag, selaku Pembimbing I dan Mayyadah Lc, M.H.I, selaku Pembimbing II yang dengan ikhlas telah membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini sampai selesai sesuai dengan harapan.
5. Bapak Abu Bakri, S.Sos, M.M selaku kepala perpustakaan dan semua stafnya yang telah melayani dan memberikan berbagai kemudahan dalam proses pencarian buku referensi.
6. Semua Bapak dan Ibu dosen IAIN Palu yang telah mendidik penulis dengan berbagai disiplin keilmuannya, semoga amal baik mereka membawa manfaat bagi peningkatan profesionalisme keilmuan.
7. Teman-Teman Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam seangkatan yang telah memberikan semangat dan doa kepada penulis, Teman-teman Ekonomi syariah 2014 serta teman-teman kls yang telah menemani dan berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan tugas skripsi ini. Tak Lupa juga kepada teman-teman LDK-Jundullah yang telah memberikan referensi dan motivasinya.
8. Semua rekan penulis yang telah berjasa dan ikhlas meluangkan waktu untuk membantu dan mencari kelengkapan bahan penyusunan skripsi ini.

Akhirnya, kepada semua pihak penulis mendoakan semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang tidak terhingga dari Allah swt. Amin.

Palu, 31 Juli 2018
18 Dzulkaidah 1439 H

Penulis

M.Reza B.Ahmad
NIM: 14.3.12.0020

ABSTRAK

Nama penulis : M. Reza B. Ahmad
Nim : 14.3.12.0020

Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal Dan Label BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu)

Label halal dan label bpom merupakan sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Kedu-duanya memiliki tugas yang sama yakni melindungi konsumen, baik konsumen yang muslim maupun non muslim. memilih produk makanan yang memiliki label halal dan BPOM menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk makanan.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan masalah secara parsial Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan pada mahasiswa fakultas syariah dan ekonomi islam IAIN Palu ? dan secara simultan Apakah kedua-duanya berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan pada mahasiswa fakultas syariah dan ekonomi islam IAIN Palu ?,

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu *startifid random sampling*, dengan jumlah responden 93 orang atau mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan jenis penelitian yakni kuantitatif dengan uji validitas, regresi linier berganda, uji T, uji F.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa label halal Berdasarkan hasil perhitungan statistik bahwa variabel tentang label halal memiliki $t_{hitung} 4,669 >$ nilai $t_{tabel} 1,986$ dengan ini menjelaskan secara parsial label halal (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian label BPOM berdasarkan hasil perhitungan statistik bahwa variabel tentang label BPOM memiliki $t_{hitung} 3,482 >$ nilai $t_{tabel} 1,986$. Maka berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis data secara simultan berdasarkan perhitungan statistik bahwa kedua-duanya memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji coba ANOVA (*Analisis of varians*) diperoleh nilai f hitung sebesar $35,117 >$ dari f-tabel 19,484

Dari kesimpulan yang diperoleh maka disarankan Bagi Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam agar kiranya dalam pemilihan produk makanan kemasan, label halal haruslah menjadi prioritas utama. Dengan kata lain mahasiswa harus lebih peduli dengan produk-produk makanan dan minuman yang dikonsumsinya karena masih banyak produk-produk yang tidak jelas yang beredar diluar sana. Tidak hanya label halal, label BPOM juga sangatlah penting, sebuah badan yang melindungi konsumen dari produk-produk berbahaya.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
D. Kerangka Pemikiran.....	7
E. Garis-Garis Besar Isi.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Label Halal.....	10
C. Pengertian BPOM	17
D. Keputusan Pembelian.....	20
E. Produk Makanan Kemasan	22
F. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi Penelitian.....	26
C. Populasi dan Sampel	27
D. Variabel Penelitian.....	32
E. Definisi Operasional	34
F. Sumber Data Penelitian	35
G. Instrumen Penelitian	35
H. Teknik Pengumpulan Data.....	36
I. Teknik Analisis Data	37
1. Uji Validitas dan Realibilitas.....	37
2. Transformasi Data.....	38
3. Analisis Regresi Berganda.....	38

4. Uji Asumsi Klasik.....	39
5. Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil FSEI IAIN Palu.....	43
1. Sejarah Singkat	43
2. Visi dan Misi Serta Tujuan FSEI di IAIN Palu	46
3. Struktur Organisasi FSEI di IAIN Palu	47
4. Jurusan Pada FSEI	47
B. Deskripsi Responden Dan Vaariabel Penelitian	48
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	50
D. Deskripsi Variabel Penelitian	54
E. Uji Asumsi Klasik.....	68
F. Hasil Analisis Regresi Berganda	72
G. Hasil Pengujian Hipotesis	73
H. Koefisien Determinasi	75
I. Pengaruh Label Halal dan Label BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan	76
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Jumlah Populasi mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam	28
Tabel 3.2 : Jurusan HES	30
Tabel 3.3 : Jurusan HKI	31
Tabel 3.4 : Jurusan PM	31
Tabel 3.5 : Jurusan ESY	31
Tabel 3.6 : Jurusan PS	32
Tabel 3.7 : Jurusan HTNI	32
Tabel 3.8 : Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 3.9 : Kriteria Koefisien Determinasi	34
Tabel 4.1 : Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 : Angkatan	48
Tabel 4.3 : Jurusan	48
Tabel 4.4 : Uji Validitas (XI) Label Halal	50
Tabel 4.5 : Uji Validitas (X2) Label BPOM	51
Tabel 4.6 : Uji Validitas (Y) Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.7 : Hasil Uji Realibilitas Label Halal	53
Tabel 4.8 : Hasil Uji Realibilitas Label BPOM	54
Tabel 4.9 : Hasil Uji Realibilitas Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.10 : Pernyataan Pertama Label Halal	54
Tabel 4.11 : Pernyataan Kedua Label Halal	55
Tabel 4.12 : Pernyataan Ketiga Label Halal	56
Tabel 4.13 : Pernyataan Keempat Label Halal	56
Tabel 4.14 : Pernyataan Kelima Label Halal	57
Tabel 4.15 : Pernyataan Keenam Label Halal	58

Tabel 4.16 : Pernyaan Ketujuh Label Halal	58
Tabel 4.17 : Pernyataan Pertama Label BPOM	59
Tabel 4.18 : Pernyataan Kedua Label BPOM.....	60
Tabel 4.19 : Pernyataan Ketiga Label BPOM.....	60
Tabel 4.20 : Pernyataan Keempat Label BPOM.....	61
Tabel 4.21 : Pernyataan Pertama Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.22 : Pernyataan Kedua Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.23 : Pernyataan Ketiga Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.24 : Pernyataan Keempat Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.25 : Pernyataan Kelima Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.26 : Pernyataan Keenam Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.27 : Pernyataan Ketujuh Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.28 : Pernyataan Kedelapan Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4.29 : Pernyataan Kesembilan Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.30 : Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.31 : Analisis Regresi Berganda.....	72
Tabel 4.32 : Uji Parsial uji T.....	73
Tabel 4.33 : Hasil Uji Simultan	74
Tabel 4.34 : Koefisien Determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Kerangka Pemikiran.....	7
--------------------------------------	---

Gambar 2.1 : Proses Pembelian	21
Gambar 4.1 : Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas (Histogram)	69
Gambar 4.2 : Hasil Uji Heterokedastisitas	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. *Latar Belakang*

Komunitas muslim dunia telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus mereka dalam mengkonsumsi suatu produk. Pola konsumsi ini diatur dalam ajaran Islam yang disebut dengan syariat. Dalam ajaran syariat tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran syariat tersebut.

Ajaran tegas dalam syariat Islam untuk menghindari hal-hal yang dilarang oleh Allah swt dan melaksanakan apa saja yang diperintahkan, membuat konsumen muslim bukanlah konsumen yang *permissive* (serba membolehkan) dalam pola konsumsinya. Dalam melakukan aktifitas konsumsi, tentunya konsumen juga harus memperhatikan halal maupun haram pada produk yang dikonsumsinya.¹ Sebagaimana Yang dijelaskan dalam al-Qur'an surat al-Baqarah (2): 168 sebagai berikut:

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

Terjemahnya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena

¹ Depertemen agama RI, *Sistem Dan Penetapan Fatwa Produk Halal MUI* (Jakarta : 2003)

sesungguhnya syaitan adalah musuh yang nyata bagimu”. (AL-Baqarah : 168).²

Selain itu, pada QS Al Maidah (4): 88 juga dijelaskan mengenai perintah untuk mengkonsumsi makanan yang halal

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya:

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezkikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu berimannya kepada-Nya”. (Al-Maidah : 88).”³

Produk-produk yang mendapat pertimbangan utama dalam proses pemilihannya berdasarkan ketentuan syariat yang menjadi tolak ukur untuk konsumen muslim adalah produk-produk makanan dan minuman yang halal. Ketidak inginan masyarakat muslim untuk mengkonsumsi produuk-produk haram akan meningkatkan keterlibatan yang lebih tinggi dalam proses pemilihan produk. Dengan begitu, akan ada produk yang dipilih untuk konsumsi dan produk yang disisihkan akibat adanya proses pemilihan tersebut. Proses pemilihannya sendiri akan menjadikan kehalalalan sebagai parameter utamanaya.

Mata rantai dalam sistem pangan mulai dari memproduksi, mengolah, mendistribusikan, menyiapkan sampai mengkonsumsi makanan berkaitan erat dengan tingkat perkembangan, pendapatan dan karakteristik sosiokultur masyarakat. Sistem

² Departemen Agama Republik Indoneia, *Al-Qur'an dan terjemahan juz 1-30* (Penerbit Al-Hidayah 1998), 41.

³Ibid.,176.

pangan pada penduduk kota berpenghasilan rendah lebih mengandalkan makanan jajanan siap santap bermutu rendah yang belum tentu terjamin keamanannya.⁴

Perubahan teknologi produksi, sistem perdagangan internasional dan gaya hidup konsumen tersebut pada realitasnya meningkatkan resiko dengan implikasi yang luas pada kesehatan dan keselamatan konsumen. Apabila terjadi produk sub standar, rusak atau terkontaminasi oleh bahan berbahaya maka risiko yang terjadi akan berskala besar dan luas serta berlangsung secara amat cepat.

Khusus di Indonesia konsumen muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen muslim di Indonesia. Lembaga ini adalah lembaga pengkajian pangan, obat-obatan dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Selain itu juga Indonesia memiliki sistem pengawasan obat dan makanan (SisPOM) yang memiliki tujuan mendeteksi, mencegah, dan mengawasi produk-produk termasuk untuk melindungi keamanan, keselamatan dan kesehatan konsumennya baik didalam maupun diluar negeri. Nama badan tersebut adalah badan pengawasan obat dan makanan atau disingkat dengan (BPOM). Lembaga ini juga memiliki jaringan Nasional dan Internasional serta kewenangan penegakan hukum dan memiliki kredibilitas profesional yang tinggi.⁵

⁴Winiati P Rahayu dkk, *Keamanan Pangan*, (Bogor : IPB Press, 2011), 129-130.

⁵<http://www.pom.go.id>, diakses pada tanggal 10 desember 2017.

Produk makanan yang halal dan lagi baik untuk dikonsumsi kiranya harus diperhatikan oleh tiap muslim dalam mengonsumsi tiap produk baik makanan maupun minuman.

Konsumsi masyarakat terhadap produk-produk termaksud cenderung terus meningkat, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat termasuk pola konsumsinya. Sementara itu pengetahuan masyarakat masih belum memadai untuk dapat memilih dan menggunakan produk secara tepat, benar dan aman. Di lain pihak iklan dan promosi secara gencar mendorong konsumen untuk mengonsumsi secara berlebihan dan seringkali tidak rasional.

Produk makanan dan minuman dalam kemasan harus mempunyai standard yang ditentukan oleh pemerintah yaitu standarisasi dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Hal itu disebabkan karena makanan dan minuman dalam kemasan umumnya mempunyai konsentrasi zat tertentu.

Dengan adanya label halal dan BPOM konsumen muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Secara teori, bagi para pemeluk agama Islam yang taat, pilihlah produk makanan yang memiliki label halal dan didukung oleh Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Dalam memilih produk tertentu, ada seseorang yang selalu memperhatikan merek, label BPOM, dan label Halal, tetapi ada konsumen yang selalu mempertimbangkan merek, BPOM, dan label

halal, tetapi ada juga konsumen yang tidak memandang hal-hal tersebut. Seperti yang peneliti dapatkan saat wawancara kepada sebagian mahasiswa, ada beberapa dari mereka yang selalu memperhatikan unsur-unsur yang ada pada produk yang mereka beli, akan tetapi ada pula yang tidak begitu memperhatikan unsur yang ada dalam produk tersebut, bahkan ada yang sama sekali tidak mengetahui apa itu BPOM.

Mahasiswa fakultas syariah dan ekonomi Islam IAIN Palu yang notabennya adalah beragama Islam dapat menjadi perwakilan dari komunitas muslim yang menjadi konsumen produk makanan. Mahasiswa adalah komunitas kritis jika ditinjau dari sisi informasi yang mereka peroleh dan kemampuan mereka untuk mencerna informasi. Agar dapat memperoleh informasi yang jelas serta bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh label halal dan label BPOM terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah.

B. *Rumusan Masalah*

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu ?
2. Apakah label BPOM berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu ?

3. Apakah label halal dan label BPOM berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu ?

C. Tujuan dan kegunaan Penelitian

1. Tujuan

Adapun tujuan pada penulisan ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan pada mahasiswa fakultas syariah dan ekonomi Islam IAIN Palu.
- b. Untuk mengetahui Apakah label BPOM berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan pada mahasiswa fakultas syariah dan ekonomi Islam IAIN Palu.
- c. Untuk mengetahui Apakah label halal dan BPOM berpengaruh keputusan pembelian produk makanan kemasan pada mahasiswa fakultas syariah dan ekonomi Islam IAIN Palu

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan hasil penelitian ada dua hal, yaitu :1) Kegunaan untuk mengembangkan ilmu/kegunaan teoritis; 2) Kegunaan praktis, yaitu membantu memecahkan dan mengantisipasi masalah yang ada pada obyek yang diteliti.

- a. Secara Teoritis

Diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan tentang masalah yang akan diteliti.

b. Secara Praktis

1) Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, serta dapat memahami tentang produk halal dan label BPOM terhadap keputusan pembelian masyarakat.

2) Bagi Masyarakat:

Penelitian ini diharapkan berfungsi sebagai informasi serta pengetahuan tentang produk berlabel halal dan BPOM terhadap keputusan pembelian masyarakat.

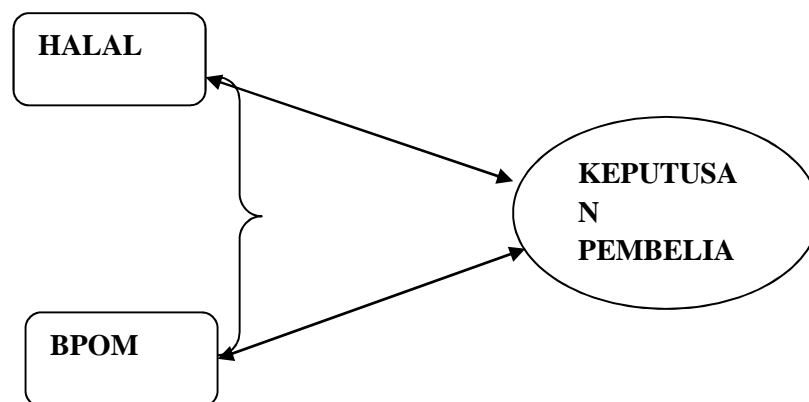
3) Bagi IAIN palu

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi koleksi dan rujukan penelitian berikutnya untuk para mahasiswa.

D. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut ini

Gambar 1.1



E. *Garis-Garis Besar Isi*

Adapun garis-garis besar isi skripsi sebagai berikut:

Bab 1 pendahuluan, pada bab ini meguraikan tentang latar belakang masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, dan garis-garis besar isi.

Bab II Kajian pustaka, dalam bab ini peneliti menguraikan dan menjelaskan tentang penelitian terdahulu, kajian teori, dan hipotesis.

Bab III Metode penelitian, dalam bab ini peneliti menguraikan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, populasi dan sampel penelitian, variable penelitian,

BAB IV hasil penelitian, bab ini membahas tentang profil,objek penelitian pengujian, dan hasil hipotesis dan hasil analisis data.

BAB V penutup, merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil analisis data.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang hendak dilakukan oleh peneliti. Adapun penelitian sebagai berikut:

Riska, tahun 2013 melakukan penelitian tentang” pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada mahasiswa prodi STAIN Datokarama Palu.” Jurusan Ekonomi Islam, fakultas syariaiah dan ekonomi Islam perbedaannya waktu penelitian dan analisis data sedangkan persamaanya memiliki variabel independen yang sama yaitu label halal.⁶

Aang Gunaifi, tahun 2009 telah melakukan penelitian dengan judul”pengaruh label halal terhadap minat beli konsumen di PT. Salsa Bela Jember.” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap minat beli konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik analisis yang dipakai adalah Regresi Linier sederhana. Alat analisis menggunakan SPSS. Berdasarkan hasil penelitian bahwa label halal memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Adapun perbedaan dengan penelitian ini adalah Aang Gunaifi tidak

⁶ Riska.”Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Paada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Stain Datokarama Palu”.skripsi tidak diterbitkan .Palu: Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariaiah IAIN Palu. 2013.

menggunakan variabel label BPOM, sedangkan persamaanya menggunakan variabel halal.

Khirotin Nisak, tahun 2014 telah melakukan penelitian berjudul "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Jurusan Syariah Prodi Muamalah STAIN Jember". Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Alat analisis menggunakan SPSS. Dan hasil penelitian adalah label halal mempengaruhi keputusan pembelian. Perbedaan penelitian Khirutin Nisak dengan penelitian ini adalah hanya memakai satu variabel dependen yakni label halal dan tidak menggunakan variabel label BPOM. Dan jenis penelitian ini regresi berganda.⁷

Dyah Ayu Helida, tahun 2015 dengan judul penelitian " pengaruh label Ber BPOM terhadap keputusan dan minat beli masyarakat desa wringin Bondowoso". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk ber BPOM terhadap keputusan dan minat beli. Jenis penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Alat analisis adalah SPSS. Dan hasil penelitiannya ada pengaruh label BPOM terhadap minat beli dan keputusan beli masyarakat. Adapun perbedaan dengan penelitian ini

⁷ Khirotin Nisak, Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Jurusan Syariah Prodi Muamalah STAIN Jember". Skripsi (Jember: program strata satu Stain Jember tahun 2014),www.pps.Unud.ac.id/skripsi/pdf.../unud-12383-2314765-Skripsi.pdf (4 Desember 2017)

adalah Dyah Ayu Helida dengan penelitian adalah Dyah tidak menggunakan variabel Halal.⁸

B. *Label Halal*

1. Pengertian Label

label adalah kata yang berasal dari bahasa Inggris “*label*” yang berarti “nama” atau memberi nama”, sedangkan dalam terminologi materi ini merupakan setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, yang selanjutnya dalam peraturan pemerintah disebut label.

Menurut William label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pula etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk.⁹

“Hal yang sama dikemukakan angipora dalam bukunya mengatakan bahwa label pada dasarnya dapat merupakan bagian dari sebuah kemasan (pembungkus) atau dapat merupakan etiket lepas yang ditempelkan pada produk. Dengan demikian, sudah sewajarnya kalau antara kemasan, merek dan label dapat terjadi suatu hubungan yang erat”.

⁸ Dyah Ayu Helidah.” pengaruh label Ber BPOM terhadap keputusan dan minat beli masyarakat desa wringin Bondowoso”. *Jurnal Ilmiah* no 2 volume 13, juni 2015 [http://download.astria.org/article.php?article=8297\(8](http://download.astria.org/article.php?article=8297(8) desember 2017).

⁹William, J. S, *Prinsip-Prinsip Pemasaran.*(Jakarta: Erlangga,2004), 282.

Pemberian label berkaitan erat dengan pengemasan. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Stanton membagi label kedalam 3 (tiga) klasifikasinya :

- a. *Bran Label* yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.
- b. *Descriptive Label* yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perawatan/perhatian, dan kinerja produk.
- c. *Grade Label* yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk (*product's judge quality*) dengan suatu huruf, angka, atau kata. misal buah-buahan dalam kaleng diberi label kualitas A,B, dan C.¹⁰

Mengacu pada klasifikasi label yang diberikan oleh stantom, maka label halal masuk dalam klasifikasi *Descriptive Label* yaitu label yang menginformasikan tentang.

- 1) konstruksi atau pembuatan produk yang sesuai dengan standar halal.
- 2) *Ingredient* atau bahan baku produk yang sesuai dengan standar halal.
- 3) Efek yang ditimbulkan (*Other Characteristic*) produk yang sesuai dengan standar halal.¹¹

¹⁰Retno Sulistiyowati."labelisasi Halal" artikel ini diakses dari <http://www.esqmagazine.com> pada tanggal 15 desember 2017

¹¹ Ibid

Label memiliki kegunaan untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan lengkap baik mengenai kuantitas, isi, kualitas maupun hal-hal lain yang diperlukan mengenai barang yang diperdagangkan. Dengan adanya label konsumen akan memperoleh informasi yang benar, jelas dan baik mengenai kuantitas, isi, kualitas mengenai barang/jasa beredar dan dapat menentukan pilihan sebelum membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa.

Hal ini tercantum dalam perundang-undangan produk halal pada Bab IV label dan iklan pangan, pasal 30 yang berbunyi :

- 1) setiap orang yang memproduksi atau memasukkan kedalam wilayah Indonesia, pangan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan a) label pada, didalam dan atau dikemasan pangan.
- 2) Label, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), memuat sekurang-kurangnya keterangan mengenai :
 - a) Nama produk
 - b) Daftar bahan yang digunakan
 - c) Berat bersih atau isi bersih
 - d) Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukan nama pangan kedalam wilayah Indonesia
 - e) Keterangan tentang halal, dan
 - f) Tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa.

- 3) Selain keterangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), pemerintah dapat menetapkan keterangan lain yang wajib atau dilarang untuk dicantumkan pada label pangan¹²

Keberadaan undang-undang tentang label dan iklan pangan ini dilengkapi dengan kehadiran undang-undang no.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, pasal (a) disebutkan:” hak konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keelamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.¹³

2. Pengertian Halal

Kata *halalan*, berasal dari bahasa Arab, berakar dari kata Halla, artinya pembebasan atau tidak terikat. Secara etimologi kata *halalan* berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas dari atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Dalam konteks pangan, makanan halal adalah makanan yang boleh dikonsumsi, diproduksi dan dikomersialkan.¹⁴¹⁵

Pengertian halal menurut Departemen Agama yang dimuat dalam KEMENAG RI NO.51 tahun 2001 tentang pemeriksaan dan penetapan pangan, halal

¹²H.Muhammad Amin Suma.*Undang – Undang Perdata Islam Dan Pereaturan Pelaksanaan Lainnya Di Negara Hukum Indonesia*(Jakarta: Rajawali Pres. 2008), 1275.

¹³Ibid.,1231.

¹⁴ Ahmad Warson Munawwir,kamus al-munawwir Arab Indonesia terlengkap. Edisi kedua (Surabaya : pustaka progressif, 1997),291.

¹⁵Riska.”Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Stain Datokarama Palu”.skripsi tidak diterbitkan (Palu: Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Palu. 2013).14.

adalah tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam.¹⁶

Kehalalan merupakan masalah yang paling dahulu berhubungan dengan manusia. Masalah tersebut telah ada semenjak manusia belum diturunkan ke bumi dan merupakan pelajaran pertama yang diterima yang dari Tuhan ketika Allah swt menentukan kaidah kehalalan, dipertimbangkan pula kemampuan manusia dalam bersabar terhadap sesuatu, maka dari itu Allah swt tidak menentukan tentang kehalalan pada udara, akan tetapi untuk makanan dan minuman serta hal-hal yang dikonsumsi selain makanan dan minuman (seperti : kosmetik, obat-obatan dan lain-lain) ditentukan kehalalannya.¹⁷

3. Pengertian Label Halal

Label halal secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk yang berlabel tersebut, bahwa produknya benar-benar halal dan nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut dapat dikonsumsi.¹⁸

Menurut Rangkuti labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label halal sebuah produk dapat dicantumkan pada

¹⁶www.Lppommui.co.id diakses pada tanggal 16 desember 2017.

¹⁷Ghazali, *benang tipis antara halal dan haram* (surabaya : putra pelajar,2003). 107.

¹⁸Ahmad Haris."halal dikemas belum tentu halal dimakan"http://www.harisahmad.com. diakses pada tanggal 4 januari 2018.

sebuah kemasan apabila produk tersebut telah mendapatkan sertifikat halal oleh LPPOM-MUI. Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri dalam rangka mendapatkan pendapatan nasional¹⁹

Label halal yang ada pada kemasan produk yang beredar di Indonesia adalah sebuah logo yang tersusun dari huruf-huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran.²⁰

Label halal sebagai tanda atau bukti tertulis sebagai jaminan produk yang halal dengan tulisan halal dalam huruf Arab, halal huruf latin dan nomor kode dari menteri yang dikeluarkan atas dasar pemeriksaan halal dari lembaga pemeriksa halal yang dibentuk/direkomendasikan MUI, fatwa halal dari MUI, sertifikat halal dari MUI sebagai jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud adalah halal untuk konsumsi serta digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah.²¹

Label halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal

¹⁹Rangkuti, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan (Snack Merek Chitato) pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.* (Skripsi Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara. 2010), 8.<http://www.astiedoen.ac.id/31124577/1/Adiztya.pdf> diakses pada 7 januari 2018.

²⁰Ahmad Haris. "halal dikemas belum tentu halal dimakan" <http://www.harisahmad.com>. diakses pada tanggal 4 januari 2018.

²¹Departemen Agama, *pedoman Fatwa Produk Halal* (proyek Pembinaan pangan halal Ditjen Bimas Islam dan penyelenggara Haji).136.

ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.

Produk yang halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat islam yaitu:

- a. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi;
- b. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti: bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran dan lain sebagainya;
- c. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat islam;
- d. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengolahan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat islam;
- e. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamr.²²

Pengadaan sertifikasi halal pada produk pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk lainnya sebenarnya bertujuan untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk, sehingga dapat menentramkan batin konsumen muslim. Namun, ketidaktahuan seringkali membuat minimnya perusahaan memiliki kesadaran untuk mendaftarkan diri guna memperoleh halal.

C. Pengertian BPOM

²²Burhanuddin S.,S.HI.,M.Hum., *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, (Malang : UIN Maliki Press, 2011), 140-141.

Badan pengawas obat dan makanan atau disingkat dengan BPOM adalah sebuah institusi pemerintah di Indonesia yang bertugas mengawasi peredaran obat-obatan dan makanan di Indonesia. Badan pengawas obat dan makanan (BPOM) RI mempunyai tugas yaitu melaksanakan tugas pemerintah dibidang pengawasan obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.²³

Visi dari BPOM adalah Obat dan Makanan Aman Meningkatkan Kesehatan Masyarakat dan Daya Saing Bangsa.

Sedangkan misinya adalah :

1. Meningkatkan sistem pengawasan Obat dan Makanan berbasis risiko untuk melindungi masyarakat
2. Mendorong kemandirian pelaku usaha dalam memberikan jaminan keamanan Obat dan Makanan serta memperkuat kemitraan dengan pemangku kepentingan.
3. Meningkatkan kapasitas kelembagaan BPOM.

1. Label BPOM

Label BPOM adalah label yang menginformasikan kepada konsumen bahwa suatu produk yang telah diproduksi oleh sebuah perusahaan telah mendapatkan nomor

²³Ahmad zaenudin, *pengertian Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)*<http://www.ahmadzaenudinblogspot.com>. diakses pada tanggal 6 januari 2018.

perndaftaran atau nomor registrasi. Karena telah melalui berbagai tahapan penyeleksian dan telah diuji dilaboratorium.²⁴

Badan Pengawas Obat dan Makanan atau disingkat Badan POM adalah sebuah lembaga di Indonesia yang bertugas mengawasi peredaran obat-obatan dan makanan di Indonesia. Sistem Pengawasan Obat dan Makanan (SisPOM) yang efektif dan efisien yang mampu mendeteksi, mencegah dan mengawasi produk-produk dengan tujuan melindungi keamanan, keselamatan dan kesehatan konsumennya baik di dalam maupun di luar negeri. Untuk itu telah dibentuk Badan POM yang memiliki jaringan nasional dan internasional serta kewenangan penegakan hukum dan memiliki kredibilitas profesional yang tinggi. Menurut Peraturan kepala badan pengawas obat dan makanan RI Nomor HK.00.05.1.23.3516 tentang izin edar produk obat, obat tradisional, kosmetik, suplemen makanan dan makanan yang bersumber, mengandung, dari bahan tertentu dan atau mengandung alkohol.²⁵

2. Cara Mengenali Keaslian Label BPOM

Karena akhir-akhir ini banyak sekali bermunculan produk-produk yang dipalsukan, BPOM memberikan sebuah aplikasi yang dikhususkan untuk kepentingan konsumen, yaitu cara mengenali keaslian nomor registrasi BPOM. Langkah-langkah

²⁴ didi Saurus, *Pengaruh Produk Ber Bpom (X) Terhadap Keputusan Dan Minat Beli Masyarakat Desa Wringin Bondowoso (Y)*. artikel ilmiah. <http://www.lib.dolexa.ac.id/1247517/1/> .pdf . diakses pada tanggal 10 januari 2018.

²⁵ <http://www.pom.go.id> diakses pada tanggal 10 januari 2018.

ini didapat dari sumbernya langsung, yaitu situs resmi BPOM. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

- a. Masuk ke situs resmi BPOM di <http://www.pom.go.id/>
- b. Klik tombol yang bertuliskan ‘Produk Teregistrasi’
- c. Kemudian akan muncul menu dimana kita bisa mencari produk berdasarkan nomor registrasi, nama produk ataupun merk. Misal anda membeli produk dimana dalam kemasan tersebut tercantum no registrasi BPOM, maka kita pilih ‘nomor registrasi’ pada menu web tersebut, kemudian masukkan nomer registrasi produk tersebut. Jangan memakai tanda baca seperti titik (.), koma (,), titik dua (:) atau tanda baca lainnya.
- d. Jika nomor BPOM tersebut terdaftar, maka situs akan langsung memberikan data produk dari nomor registrasi tersebut. tapi apabila nomor BPOM itu palsu, maka akan timbul tulisan data tidak tersedia (not found). jika data tidak tersedia maka nomor BPOM tersebut palsu,dan produk yang anda beli pun palsu/ilegal karna tanpa pengawasan dari BPOM.²⁶

D. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk setelah atau sebelumnya memikirkan tentang layak tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi-informasi yang ia ketahui dengan realitas

²⁶<http://www.pom.go.id>, diakses pada tanggal 10 januari 2018.

tentang produk itu setelah ia menyaksikannya. Hasil dari pemikiran itu dipengaruhi kekuatan hendak konsumen untuk membeli sebagai alternatif dari istilah keputusan pembelian.²⁷

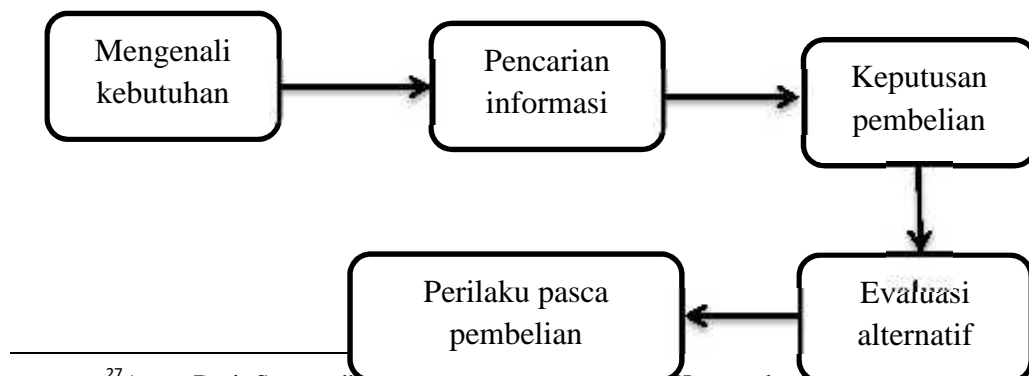
Sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu produk, seorang konsumen pada dasarnya akan melakukan suatu proses pengambilan keputusan terlebih dahulu. Proses pengambilan keputusan merupakan tahap konsumen dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya sudah baik, sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai kekuatan kehendak konsumen untuk melakukan pembelian terhadap sebuah produk apabila konsumen memiliki minat untuk membeli produk.

2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Proses pengambilan yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Lihat gambar berikut :

Gambar 2.1

Proses Pembelian



²⁷Agus Dwi Saputra, "Pengaruh Kuantas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha(Studi pada Diler Panaroma Motor Cabang Kebakkaramat)", Skripsi diterbitkan. (Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Program Studi Manajemen. 2013). file:///C:/Users/User/Documents/SEMESTER%207/JUDUL/JURNAL%20LAMA/NASKAH_PUBLIKASI_ILMIAH.pdf.(diakses 23 januari 2018).

Sumber : Nugroho

Secara perinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Pengenalan Masalah

Proses membeli diawali saat membeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal maupun rangsangan eksternal.

2) Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Kita dapat membedakan dua tingkat, yaitu keadaan tingkat pencarian informasi yang sedang-sedang saja yang disebut perhatian yang meningkat.

3) Evaluasi Alternatif

Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.

4) Keputusan Pembelian

Pada tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai.

5) Perilaku Sesudah Membeli

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat keputusan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasaran.²⁸

E. Produk makanan kemasan

1. Pengertian produk

produk tidak dapat dilepas dengan kebutuhan (*need*), karena produk merupakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan manusia. Misalnya saja seseorang yang sedang lapar maka dia membutuhkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhannya itu maka dia lalu mencari nasi, apabila tidak ditemukan nasi maka dia akan mencari sesuatu yang lain yang dapat memenuhi kebutuhannya tersebut misalnya roti, atau jagung, ketela pohon, ataupun apa saja yang diharapkan dapat menghilangkan rasa laparnya. Contoh yang lain seorang pelajar yang merasa jenuh karena terlalu lama belajar maka dia akan membutuhkan refreshing atau sesuatu yang dapat menyegarkan pikirannya, dan produk yang dapat dipilihnya adalah radio, biokop, televisi atau taman-taman tempat hiburan. Jadi segala Sesutu yang dapat memenuhi kebutuhan manusia itulah yang disebut dengan produk²⁹

²⁸Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E.,M.M., *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana,2010),15-16

²⁹Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta : PT. BPF, 1995), 177.

Pengertian lain produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.³⁰

2. Atribut produk

Mengembangkan suatu produk mencakup penetapan manfaat yang akan disampaikan produk. Manfaat ini dikomunikasikan dan disampaikan oleh atribut produk seperti mutu, sifat, dan rancangan. Keputusan mengenai atribut ini amat memengaruhi reaksi konsumen terhadap suatu produk.

3. Merek

Adalah janji penjual untuk menyampaikan kumpulan sifat, manfaat dan jasa spesifik secara konsisten kepada pembeli. Merek dapat menyampaikan beberapa tingkat arti :

- 1) Atribut. Merek pertama-tama akan mengingatkan orang pada atribut tertentu
- 2) Nilai. Merek juga mencerminkan Sesuatu mengenai nilai-nilai pembeli.
- 3) Kepribadian

4. Pengemasan Produk

Produk sebelum dipasarkan haruslah dikemas. Beberapa pemasar menyebut pengemasan (*packaging*). mengemas termasuk aktivitas merancang dan membuat wadah atau pembungkus untuk suatu produk. Kemasan dapat mencakup wadah utama dari produk

³⁰Thamrin Abdullah, dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* cet. 2(Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2013), 153.

Secara tradisional, keputusan pengemasan terutama berdasarkan pada faktor biaya dan produksi, fungsi utama dari pengemasan adalah memberi tempat dan melindungi produk. Akan tetapi, dewasa ini berbagai faktor membuat pengemasan menjadi alat pemasaran yang penting.

Makanan kemasan adalah sebuah produk makanan yang dibungkus atau dikemas dengan menggunakan bahan plastic, agar terlihat rapi dan menarik oleh mata pembeli. Definisi makanan kemasan itu sendiri memang tidak ada yang baku, sehingga setiap orang dapat mendefinisikan makanan kemasan pengertian apa saja.

Undang-undang no.7 tahun 1996 tentang pangan, dalam pasal 1 ayat (10) mendefinisikan kemasan pangan yaitu bahan yang digunakan untuk mewadahi dan atau membungkus pangan, baik yang berbentuk langsung dengan pangan atau tidak.³¹

Berdasarkan beberapa definisi kemasan diatas, penulis menyimpulkan bahwa makanan kemasan adalah makanan yang dibungkus dengan rapi, bersih dan mempunyai masa kadaluarsa untuk dijual dalam jangka waktu yang bisa dipikirkan.

Pembungkus makanan yang digunakan untuk mewadahi atau membungkus juga harus dapat melindungi makanan yang ada didalamnya. Bahan yang digunakan tidak boleh terbuat dari bahan yang dapat kesehatan masyarakat, namun tidak hanya masalah kemasan yang harus diperhatikan tapi makanan yang ada dalam kemasan itu juga harus dapat bertahan sesuai masa kadaluarsa yang tercantum pada label kemasan. Perlindungan hukum terhadap konsumen pada makanan kemasan yang

³¹Suma. *Undang-Undang Perdata Islam* 1276.

diperjual belikan di swalayan atau mini market lainnya masih sangat kurang. Hal ini terkadang membuat para konsumen hanya bisa menerima penyelesaian yang kurang adil dari pelaku usaha. Sehingga konsumen selalu berada dalam posisi lemah apabila melakukan complain terhadap barang yang dijual.

F. *Hipotesis*

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan dalam penelitian ini, maka hipotesis yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan.
2. label BPOM berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan.
3. label halal dan label BPOM berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan.

BAB III

METODE PENELITIAN

Suatu penelitian dapat terarah dan sistematis sesuai dengan standar penelitian ilmiah hanya jika memperhatikan aspek metode penelitian. Kata metode diambil dari bahasa Yunani yang berarti jalan untuk sampai. Adapun secara definitif yang dimaksud metode penelitian cara-cara berfikir dan berbuat, yang dipersiapkan dengan baik dalam mengadakan penelitian untuk sampai pada penelitian.³² Dalam penelitian ini penulis menyusun seperangkat cara-cara yang menjadi acuan penelitian disini, yang terdiri dari :

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang mengungkapkan secara menyeluruh melalui pengumpulan data di lapangan yang mana datanya berupa angka-angka atau data kualitatif yang dianalisis.

B. Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi objek atau sasaran lokasi penelitian adalah IAIN Palu Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Lokasi penelitian merupakan tempat penulis menuntut ilmu, maka akan lebih mudah bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian ini disamping memiliki kedekatan emosional, lokasi ini juga lebih menghemat waktu dan biaya.

³² Kartini Kartono, *Pengantar Metode Riset Sosial*, (Bandung : CV Bandar Maju, 1996) ..20.

C. *Populasi Dan Sampel*

1. Populasi

Untuk mengemukakan apa yang dimaksud dengan populasi berikut akan dipaparkan pandangan beberapa orang pakar antara lain :

Menurut Sugiyono, Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³³

Nanang Martono dalam bukunya mengatakan, populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.³⁴

Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan populasi dalam proposal skripsi ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam yang menjadi sasaran penelitian yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu untuk memperoleh informasi dan menarik kesimpulan. Sehubungan dengan uraian tersebut, maka menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam angkatan 2014-2017 yang berjumlah (1402) orang.³⁵

³³ Sugiyono, *Statistika dan Penelitian* (Bandung : Alfabeta, 2005), 55.

³⁴ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta : PT. Raja grafindo, 2011), 74.

³⁵ Data ini diperoleh dari ICT IAIN Palu pada tanggal 17 januari 2018.

Tabel 3.1**Jumlah populasi mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam**

No	jurusan	SMSTR 2	SMESR 4	SMESTR 6	SMSTER 8	JMLH
1.	HES	44	52	41	45	182
2.	HKI	22	29	43	42	136
3.	PM	16	11	16	21	64
4.	ESY	214	161	152	103	630
5.	PS	142	154	62		358
6.	HTNI	31				31
Jmlah Mhasiswa		469	407	314	211	1401

Sumber :data yang diolah tahun 2018

2. Sampel

Sebagian lazimnya dalam suatu penelitian ilmiah tidak semua populasi dapat diteliti, tetapi dapat dilakukan dengan sebagian dari populasi itu, hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa peneliti mengalami keterbatasan, baik keterbatasan waktu, biaya, tenaga dan kemampuan, sehingga penelitian yang dilakukan tidak bersifat populatif tetapi dapat dilakukan berdasarkan sampling.

Untuk memperjelas pengertian dari sampel, akan dikemukakan pengertian sampel menurut para ahli sebagai berikut :

“Menurut muhammad Arief Tiro menuturkan bahwa sampel adalah sejumlah anggota yang dipilih/diambil dari suatu populasi.”³⁶

Menurut Nanang Martono, sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti, atau sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.³⁷

Hakikat penggunaan sampel dalam suatu penelitian adalah karena sulitnya untuk meneliti seluruh populasi. Sampel diambil dalam penelitian sebagai bahan pertimbangan efisiensi dan mengarah kepada sentralisasi permasalahan dengan memfokuskan sebagian dari populasi dalam penelitian.

Dalam penelitian ini sampel diambil dari sebagian populasi yang telah ditentukan, yaitu sebagian mahasiswa jurusan ekonomi syariah yang masih aktif selama penelitian ini berlangsung, baik laki-laki maupun perempuan.

Adapun teknik pengambilan sampel, Peneliti menggunakan proporsional random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan apabila keadaan populasi masing-masing wilayah tidak sama. Maka pengambilannya dilakukan secara seimbang dengan banyak sedikitnya populasi³⁸

³⁶ Muhammad Arief Tiro, *Dasar-Dasar Statistik*, Cet, I (Makasar : Universitas negeri makasar, 2000),3.

³⁷ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta : PT. Raja grafindo, 2011),74.

³⁸Takiran takiredja dan hidayat mustfida,*penelitian kuantitatif*(purwekerto: alfabeta,2013),36.

Untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan, maka dapat digunakan rumus Slovin dalam Siregar yaitu :³⁹

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan

Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak (1.401) orang dengan penjabaran sebagai berikut :

Diketahui N =1.401 orang dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel 10%.

$$n = \frac{N}{1 + (0.05)^2} = \frac{1.401}{1 + 1.401(0.1)} = \frac{1.401}{1 + 140,1} = \frac{1.401}{141,1} = 93,33 = 93$$

Maka (n) dalam penelitian adalah mahasiswa dari yang menjadi populasi adalah 93 mahasiswa dari populasi 1401 . berikut adalah tabel jumlah responden mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam berdasarkan jurusan dan permbagian perangkatnya:

³⁹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS) (Jakarta : Kencana, 2013),34.

Tabel 3.2

Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (HES)

NO.	Angkatan	Jumlah mahasiswa	Jumlah responden	Setelah dibulatkan
1.	2014	45	$45/1401 \times 93 = 2.98$	3
2.	2015	41	$41/1401 \times 93 = 2.72$	3
3.	2016	52	$52/1401 \times 93 = 3.45$	3
4.	2017	44	$44/1401 \times 93 = 2.99$	3
Jumlah		148		12

Tabel 3.3

Jurusan Hukum Keluarga Islam (HKI)

NO.	Angkatan	Jumlah mahasiswa	Jumlah responden	Setelah dibulatkan
1.	2014	42	$42/1401 \times 93 = 2,78$	3
2.	2015	43	$43/1401 \times 93 = 2,85$	3
3.	2016	29	$29/1401 \times 93 = 1,92$	2

4.	2017	22	$22/1401 \times 93 = 1,46$	1
Jumlah		136		9

Tabel 3.4

Jurusan Perbandingan Mazhab (PM)

NO.	Angkatan	Jumlah mahasiswa	Jumlah responden	Setelah dibulatkan
1.	2014	21	$21/1401 \times 93 = 1,39$	1
2.	2015	16	$16/1401 \times 93 = 1,06$	1
3.	2016	11	$11/1401 \times 93 = 0,73$	1
4.	2017	16	$16/1401 \times 93 = 1,06$	1
Jumlah		64		4

Tabel 3.5

Jurusan Ekonomi Syariah (ESY)

NO.	Angkatan	Jumlah mahasiswa	Jumlah responden	Setelah dibulatkan
1.	2014	103	$103/1401 \times 93 = 6,83$	7
2.	2015	152	$152/1401 \times 93 = 10,08$	10

3.	2016	161	$161/1401 \times 93 = 10,68$	11
4.	2017	214	$214/1401 \times 93 = 14,20$	14
Jumlah		630		42

Tabel 3.6

Jurusan Perbankan Syariah (PS)

NO.	Angkatan	Jumlah mahasiswa	Jumlah responden	Setelah dibulatkan
1.	2014			
2.	2015	62	$62/1401 \times 93 = 4,11$	4
3.	2016	154	$154/1401 \times 93 = 10,22$	10
4.	2017	142	$142/1401 \times 93 = 9,42$	9
Jumlah		358		24

Tabel 3.7

Jurusan Hukum Tata Negara Islam (HTNI)

NO.	Angkatan	Jumlah mahasiswa	Jumlah responden	Setelah dibulatkan
1.	2017	31	$31/1401 \times 93 = 2,05$	2

Jumlah	31		2
--------	----	--	---

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.⁴⁰

1. Variabel bebas (variable Independen)

Variabel independen atau variabel bebas yang dilambangkan dengan (X) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel lain, pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Keberadaan variabel ini dalam penelitian merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian.⁴¹ variabel independen dalam penelitian ini adalah :

- a. Label halal (X1)
- b. Label BPOM (X2)

2. Variabel Terikat

Variabel dependen atau variabel terikat yang dilambangkan dengan (Y) adalah variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadaan variabel

⁴⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R am D*, Cct, XIX, Bandung : CV. Alfabeta,2011),38.

⁴¹ Sumadi Suryabarata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada,2010),57.

ini dalam penelitian adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian.⁴² Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah : keputusan pembelian (Y).

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi).⁴³ Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel akan diuraikan dibawah ini:

Tabel 3.8

Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel Bauran Pemasaran	Definisi Operasioanl	Indikator

⁴²Ibid.,57.

⁴³Ibid.,29.

1.	Label halal. ⁴⁴	Label yang menginformasikan kepada pengguna produk yang berlabel bahwa produk benar-benar halal nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut dapat dikonsumsi	<ul style="list-style-type: none"> a. Gambar b. Tulisan c. Kombinasi gambar dan tulisan d. Menempel pada kemasan
2.	Label BPOM. ⁴⁵	Label BPOM adalah label yang menginformasikan kepada konsumen bahwa suatu produk yang telah diproduksi oleh sebuah perusahaan telah mendapatkan nomor pendaftaran atau nomor registrasi. Karena telah melalui berbagai tahapan penyeleksian dan telah diuji dilabolatorium.	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengetahuan b. Nomor registrasi c. Produk d. Merek⁴⁶

⁴⁴ Ahmad Haris, "Halal dikemas belum tentu halal dimakan" <http://www.harisahmad.com>. (diakses 4 januari 2018).

⁴⁵ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Cet. IV; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), 42.

⁴⁶ Didi saurus didi Saurus, *Pengaruh Produk Ber Bpom (X) Terhadap Keputusan Dan Minat Beli Masyarakat Desa Wringin Bondowoso (Y)*".

3.	Keputusan Pembelian ⁴⁷	Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk setelah atau sebelumnya.	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengenalan kebutuhan b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian Perilaku sesudah membeli ⁴⁸

F. Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni data Primer. Dimana data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.⁴⁹ Adapun data primer yang diperoleh dalam penelitian ini

⁴⁷Setiadi, *Perilaku*, 14.

⁴⁸Ibid.,15.

⁴⁹Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Cet. IV; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), 42.

yakni hasil observasi, wawancara dan dari hasil pengisian kuesioner yang dibagikan kepada para konsumen.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner berupa penyebaran angket yang berisi pertanyaan kepada mahasiswa. Pertanyaan dibuat dalam bentuk skalaliker.

Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu objek. Skala ini bersifat psikometrik yang dituangkan dalam bentuk respon tertulis (angket) dan digunakan dalam metode survei.⁵⁰

F. Tehnik Pengumpulan Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data sekunder diperoleh melalui studi keputusan yaitu mempelajari buku dan dokumen-dokumen dengan maksud untuk menghimpun teori. Sedangkan data primer melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawab.⁵¹

⁵⁰ Haryadi Sarjon dan Winda Julianita, *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011), 6.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung : AL-FABETA, 2011), 162.

pernyataan-pernyataan dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan Skala Likert.

Contoh untuk kategori pernyataan dengan jawaban sangat tidak setuju sampai setuju :

Sangat Setuju (SS) = Diberi bobot / skor 4

Setuju = Diberi bobot / skor 3

Tidak Setuju =Diberi bobot / skor 2

Sangat Tidak Setuju =Diberi bobot / skor 1

Angket 1 menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju terhadap pernyataan yang diberikan, sedangkan angka 4 menunjukkan bahwa responden sangat setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

2. Observasi, yaitu proses pengamatan yang dilakukan secara intens terhadap objek yang akan diteliti, dimana penelitian tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat.

G. *Teknik Analisis Data*

Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Yaitu proses analisis terhadap data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistik untuk mengukur pengaruh labelisasi halal dan BPOM terhadap minat beli produk makanan kemasan.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah/valid atau tidaknya suatu kuesioner. kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁵²

b. Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butiran pertanyaan dikatakan reliable atau andal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten.⁵³

2. Transformasi Data

Variabel-variabel dalam penelitian ini diukur dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden untuk setiap jawaban variabel independen (X) dan variabel (Y) diberi skor dan skor yang diperoleh mempunyai tingkat pengukuran ordinal.

Keperluan analisis lebih lanjut diperlukan data dengan ukuran paling tidak interval sebagai persyaratan dalam menggunakan rekresi berganda. Oleh karena itu seluruh variabel yang berskala ordinal terlebih dahulu dinaikan atau

⁵² Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis* (Yokyakarta : CAPS,2011), 72.

⁵³Ibid., 67.

ditransformasikan tingkat kepengukurannya ketingkat interval melalui *method of successive interval* dengan.⁵⁴

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda yaitu persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen. Metode analisis regresi berganda dengan rumus sebagai berikut.⁵⁵

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y : variabel keputusan pembelian

B₁ : koefisien regresi label halal

B₂ : koefisien regresi label BPOM

X₁ : halal

X₂ : BPOM

a : variabel kostanta

e : variabel gangguan

⁵⁴Abdul Haris, *Langkah-langkah menghitung nilai validitas dan reliabilitas*, www.abdulharis46.blogspot.com. Diakses pada tanggal 07 Januari 2017.

⁵⁵ Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, (Yogyakarta : CAPS, 2011). 289.

Untuk mengetahui serta menentukan arah besarnya koefisien antara variabel bebas dengan variabel terikat, maka digunakanlah teknik bantuan SPSS versi 21

4. Uji Asumsi Klasik

Terdapat beberapa asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam penggunaan analisis regresi. Dengan terpenuhinya asumsi dasar tersebut, maka hasil yang diperoleh lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan. Penyimpangan tersebut asumsi dasar tersebut dalam regresi dapat menimbulkan masalah, seperti standar kesalahan untuk masing-masing koefisien yang diduga sangat besar, pengaruh masing-masing variabel bebas tidak dapat dideteksi atau variasi dari koefisiennya tidak minim lagi. Asumsi dasar yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data yang berdistribusi normal memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita.⁵⁶

Analisis grafik merupakan cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi normal. Dari hasil grafik histogram, didapatkan garis kurva normal, berarti

⁵⁶ Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL ,Ssebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset.* (Jakarta : Salemba Empat,2011), 53.

dat yang diteliti berdistribusi normal. Demikian juga dari normal probability plot, menunjukkan berdistribusi normal karena garis (titik-titik) mengikuti garis diagonal.⁵⁷

Bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar independen. Jika terjadi kolerasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas (multiko). Variabel bebas mengalami multikolinieritas jika a hitung $< a$ dan VIF hitung $> VIF$.⁵⁸

2) Uji Heterokeditas

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama, disebut terjadi homoskedastisitas, dan jika variansnya tidak sama/berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Homoskedastisitas terjadi jika pada titik-titik hasil pengolahan data menyebar dibawah ataupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur. Sedangkan heteroskedastisitas terjadi jika pada titik-titiknya mempunyai pola yang teratur, baik menyempit, melebar maupun bergelombang.⁵⁹

⁵⁷Ibid., 91.

⁵⁸Ibid., 79.

⁵⁹Ibid., 82-83.

3) Uji Multikolinearitas

Bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar independen. Jika terjadi kolerasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas (multiko). Variabel bebas mengalami multikolinieritas jika a hitung $< a$ dan VIF hitung $> VIF$.⁶⁰

5. Pembuktian Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Untuk mengetahuinya koefisien untuk penentu yaitu dengan mengkuadratkan koefisien persial yang akan menjadi koefisien penentu persial yang akan menjadi koefisien penentu persial yang artinya penyebab perubahan pada variabel Y yang dataangnya dari variabel X1 dan X2.

Dalam pengambilan keputusan uji t yakni dengan melihat nilai probabilitas pada hasil pengolahan dari program spss pada tabel *coefficient* kolom sig atau *significance*. Adapun pengamblan keputusan sebgai berikut:

- 1) Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau 10% maka hipotesis yang diajukan diterima atau dikatakan signifikan (H_a diterima dan H_o ditolak). Artinya secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

⁶⁰Ibid.,79.

2) Jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 10% maka hipotesis yang diajukan ditolak atau dikatakan tidak signifikan (H_a ditolak dan H_o diterima), Artinya secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.⁶¹ Untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dilakukan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 0,05.

Adapun kriteria uji serempak (uji f) ini, antara lain dengan cara sebagai berikut:

- 1). Jika f hitung lebih besar dari f tabel, maka H_o ditolak dan H_a diterima. Artinya secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2). Jika f hitung lebih kecil dari f tabel, maka H_o diterima dan H_a ditolak. Artinya secara serempak variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

⁶¹ Imam Gozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Edisi ketujuh*. (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 98.

BAB 1V

HASIL PENELITIAN

A. Profil Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu

1. Sejarah Singkat

Keberadaan Fakultas Syariah dan Ekonomi Syariah tidak terlepas dari sejarah panjang perjuangan pendirian perguruan Tinggi Islam Negeri di Lembah Palu. Pada Tahun 60-an dorongan masyarakat Sulawesi Tengah pada umumnya, Kota Palu pada khususnya untuk mendirikan PTAIN semakin menggelora. Atas inisiatif beberapa tokoh dan intelektual muslim dari berbagai kalangan, pada Bulan Mei 1966 dibentuklah panitia persiapan dengan nama Panitia Persiapan Pendirian IAIN 'Datokarama' Palu. Tidak tanggung-tanggung, panitia tersebut langsung mengupayakan berdirinya dua fakultas sekaligus, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin. Kedua fakultas tersebut kemudian diberi status filial dari IAIN Alauddin Ujung pandang. Setelah beroperasi selama dua Tahun, pada tanggal 8 Mei 1969, kedua fakultas tersebut kemudian dikonversi menjadi Cabang IAIN Alauddin Ujung pandang dan diresmikan oleh Sekjen Menteri Agama RI.⁶²

Cita-cita untuk mendirikan IAIN yang mandiri tidak pernah mati di hati umat Islam Sulawesi Tengah. Berbagai upaya dan pendekatan pun dilakukan, baik secara horizontal maupun vertikal, baik secara akademik maupun langkah-langkah politis-

⁶² www.iainpalu.ac.id (Diakses: 9 Juli 2018).

birokratis, demi tercapainya keinginan tersebut. Unsur pimpinan kedua fakultas dan beberapa tokoh dari kalangan alumni kemudian bersepakat untuk mendirikan Sekolah Tinggi Ilmu Syariah (STIS) yang bernaung di bawah Yayasan Datokarama pada Tahun 1995. Motif pendirian STIS ini adalah dalam rangka merespon kebutuhan masyarakat sekaligus persiapan mendirikan fakultas ketiga (Fakultas Syariah) sebagai salah satu pelengkap persyaratan untuk mendirikan IAIN Datokarama yang mandiri.⁶³

Namun seiring dengan munculnya kebijakan baru Pemerintah pada PTAI pada saat itu, keinginan untuk menghadirkan IAIN yang mandiri di Sulawesi Tengah untuk sementara kandas. Berdasarkan Keputusan Presiden No. 11 Tahun 1997 dua Fakultas Cabang (Tarbiyah dan Ushuluddin) bersama STIS dan ditambah Jurusan Dakwah sebagai Jurusan baru, berubah nomenklatur, tapi bukan menjadi IAIN, melainkan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Datokarma Palu.⁶⁴

Walaupun status baru tersebut telah menjadikan STAIN Datokarama menjadi PTAIN yang merdeka, namun perjuangan untuk mengembangkan satu-satunya lembaga PTAIN di Sulawesi Tengah ke status yang lebih tinggi tak pernah surut. Target pertamanya adalah mewujudkan cita-cita awal, yaitu menjadi IAIN, selanjutnya menggapai target puncaknya, yaitu menjadi Universitas Islam Negeri (UIN). Perjuangan mulia tersebut mulai dirintis oleh Ketua STAIN Datokarama yang pertama (alm. Prof. Dr. H.M. Noor Sulaiman, PL), dilanjutkan oleh Ketua STAIN

⁶³Ibid

⁶⁴Ibid

yang kedua dan Ketiga (alm. Drs. H.M. Arsyad Ba'asyien, MH dan Drs. H. Sudirman Rais, M.Pd.I. Akhirnya, setelah 14 Tahun berjuang, takdir itupun datang dipenghujung periode kepemimpinan Ketua STAIN yang keempat (Prof. Dr. H. Zainal Abidin, M.Ag.). Atas kerja keras seluruh civitas, dukungan semua stack holders dan bantuan sepenuh hati Pemda Provinsi, Kota dan Kabupaten, pada Bulan Desember 2013, STAIN Datokarama Palu resmi naik status menjadi IAIN Palu berdasarkan Perpres No. 51 Tahun 2013.⁶⁵

Perubahan Status tersebut secara otomatis merubah status dan struktur organ-organannya, yang salah satunya Jurusan Syariah berubah menjadi Fakultas Syariah dan Ekonomi Syariah. Sementara ini ada empat Jurusan lama dan satu jurusan baru yang berada dalam naungan Fakultas Syariah dan Ekonomi Syariah, yaitu Akhwal al-Syakhsyah (AS), Perbandingan Mazhab dan Hukum (PM), Muamalah (MUA), Ekonomi Syariah (ES) dan yang baru adalah Jurusan Perbankan Islam. Namun dalam waktu yang tidak terlalu lama, insya Allah akan ada penambahan dua Jurusan/Prodi baru, yaitu Jurusan Hukum Tata Negara Islam (HTNI) .⁶⁶

Dalam perkembangan Fakultas Syariah dan Ekonmi Islam, Fakultas ini telah dipimpin oleh beberapa ketua atau dekan yakni:

- a. Ketua STIS Datokarama Palu (1995-1997),DR.H.Husein Alyafie.

⁶⁵Ibid

⁶⁶Ibid

- b. Ketua jurusan Syariah (1997-2000), Dr .Dr .H.Saifullah Bombang,M.M.,M.H.,M.Pd.I.
- c. Ketua Jurusan Syariah (2000-2002),Drs.Nasaruddin,Mpd
- d. Ketua Jurusan Syariah (2002-2006),Dr.Marjuki,M.H.
- e. Ketua Jurusan Syariah (2010-2014),Ubay Harun,S.Ag.,MSI
- f. Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (2014-2018),Dr.Muhammad Akbar,S.H.,M.Hum.
- g. Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam saat ini dipimpin oleh Dekan baru yakni Dr.Hilal Malarangan,M.HI.⁶⁷

2. Visi dan Misi serta Tujuan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu

a. Visi

Unggul, Terkemuka, dan Kompetitif di Indonesia dalam bidang Ilmu Syariah (Hukum Islam Klasik) dan Ekonomi Islam⁶⁸

b. Misi

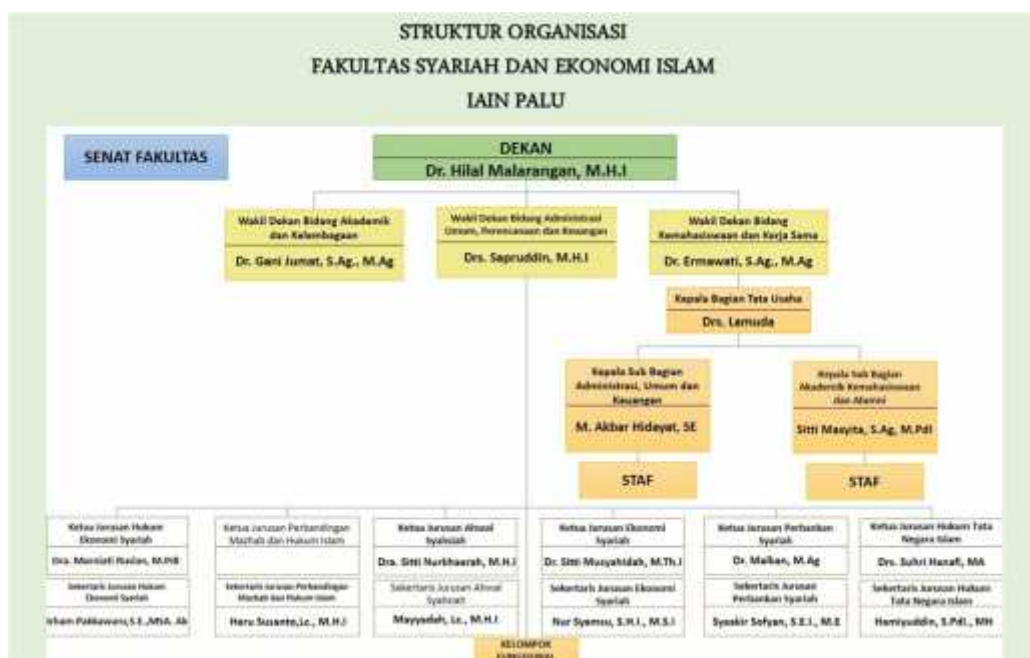
- 1) Mengembangkan pengkajian ilmu-ilmu keislaman klasik budaya dan teknologi dalam bidang syariah dan ekonomi Islam.
- 2) Menjalin hubungan yang sinergis dengan lembaga keilmuan kebudayaan dan teknologi dalam bidang syariah dan ekonomi Islam baik dalam tingkat lokal, nasional maupun internasional.

⁶⁷ Nurjannah,pengaruh dimensi kualitas layanan akademik dan admistrasi terhadap kepuasan mahasiswa(studi pada fakultas syariah dan ekonomi Islam IAIN Palu”.skripsi tidak diterbitkan (Palu: jurusan Ekonomi Islam fakultas syariah dan ekonomi Islam IAIN Palu,2015), 40.

⁶⁸ Ibid.

- 3) Memberdayakan potensi lokal dalam mewujudkan masyarakat sejahtera dalam bidang syariah dan ekonomi Islam.
- 4) Pemberdayaan dan peningkatan kualitas akademik, administrasi, pelayanan, dan seluruh komponen serta perangkat kerja fakultas secara profesional dan optimal.
- 5) Pembinaan dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) seluruh civitas akademika Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam yang memiliki keluhuran moral, kedalaman spritual kecerdasan intelektual, dan kematangan profesional.⁶⁹

3. Struktur Organisasi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam



3. Jurusan Pada Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Dan

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam mempunyai beberapa jurusan diantaranya:

- a. Hukum Ekonomi Syariah (HES)

⁶⁹ Ibid.

- b. Hukum Keluarga Islam (HKI)
- c. Perbandingan Mazhab (PM)
- d. Ekonomi Syariah (ESY)
- e. Perbankan Syariah (PS)
- f. Hukum Tata Negara Islam (HTNI)

B. Deskripsi Kuesioner dan Sampel Penelitian

Table.4.1

**Karakteristik responden
Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	42	45,2
Perempuan	51	54,8
Total	93	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2018

Pada table 4.1 menunjukkan bahwa dari 93 responden dalam penelitian ini yang berjenis laki-laki 42 orang dengan persentase (45,2%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 51 responden dengan persentase (54,8%). Sehingga bisa dikatakan dalam penelitian ini ,responden perempuan lebih banyak dari responden laki-laki.

Table 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan	Frekuensi	Persentase (%)
Angkatan 2014	14	15,1
Angkatan 2015	22	23,7
Angkatan 2016	27	29,0
Angkatan 2017	30	32,3
Total	93	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2018

Table 4.2 diatas menjelaskan bahwa responden angkatan 2014 sebanyak 14 orang dengan persentase (15.1%),angkatan 2015 sebanyak 22 orang dengan persentase (23,7%), pada angkatan 2016 sebanyak 29responden dengan persentase (29,0%) dan angkatan 2017 sebanyak 30 responden dengan persentase (32,3%).

Table 4.3

Karakteristik responden berdasarkan

Jurusan

Jurusan	Frekuensi	Persentase (%)
HES	12	12,9
HKI	9	9,7
PM	4	4,3
ESY	42	45,2
PS	24	22,8
HTNI	2	2,2
Total	93	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2018

Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa jurusan Hukum Ekonomi Syariah (HES) berjumlah 12 responden dengan persentase (12,9%), jurusan Hukum Keluarga Islam (HKI) sebanyak 9 responden dengan persentase sebesar (9,7%), sedangkan jurusan Perbandingan Mazhab (PM) berjumlah 4 orang dengan persentase (4,3%), jurusan Ekonomi Syariah berjumlah 42 responden dengan persentase (45,2%), pada jurusan Perbankan Syariah berjumlah 24 responden dengan persentase (25,8%), dan jumlah responden pada jurusan Hukum Tata Negara Islam adalah 2 responden dengan persentase (2,2%).

C. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Setelah mendapatkan jawaban dari responden terhadap indikator-indikator penelitian,berikut akan dipaparkan hasil validitasi dan reliabilitas pada masing-masing variabel.

1. uji validitas

menurut siregar”validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*valid measure if it succesfully measure the phonemon*)”

menurut masrun dalam nurjannah, jika koefisien korelasi lebih besar dari pada nilai ukur maka alat tersebut valid, koefisien korelasinya adalah 0,30,jika nilai koefisien korelasi kurang dari 0,30 maka instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Berikut hasil uji validitas instrument penelitian menggunakan ***IBM SPSS21***.

Tabel 4.4

**Uji Validitas Variabel (X1) Label Halal
Item-Total Statistics I**

Indikator Variabel Citra Merek (cm)	Corrected Item-Total Correlation	Tingkat Kevalidan	Keterangan
LH1	,350	0,30	Valid
LH 2	,393	0,30	Valid
LH 3	,657	0,30	Valid
LH 4	,319	0,30	Valid
LH 5	,334	0,30	Valid
LH 6	,503	0,30	Valid
LH 7	,487	0,30	Valid

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Mulanya pada indikator Label halal memiliki 8 *item* pertanyaankemudian Dari hasil uji validitasi data, maka ditemukan satu *Item* pertanyaan yang tidak valid yakni kurang dari 0,30 yang terdapat pada *item* pertanyaan nomor 1. Dan penulis memutuskan untuk menghapusnya. Berikut penjelasan mengenai tabel yang tertera diatas: nidikator LH1 nilai kolerasi 0,350, indikator LH2 dengan nilai kolerasi 0,394, indicator LH3 dengan nilai kolerasi 0,657, indikator LH4 dengan nilai kolerasi 0,319, indicator LH5 dengan nilai kolerasi 0,334, indicator LH6 memiliki nilai kolerasi 0,503, indikator LH7 memiliki nilai kolerasi 0,487.

Tabel 4.5

Uji Validitas Variabel (X2) Label BPOM

Item-Total Statistics I

Indikator Variabel Kepuasan Pembelian (kp)	Corrected Item-Total Correlation	Tingkat Kevalidan	Keterangan
B1	,639	0,30	Valid
B2	,684	0,30	Valid
B3	,729	0,30	Valid
B4	,744	0,30	Valid

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa Indikator B1 dengan nilai kolerasi 0,639, indikator B2 dengan nilai kolersai 0,684, indikator B3 dengan nilai kolerasi 0,729 indikator B4 dengan nilai kolerasi 0,744.

Tabel 4.6

Uji Validitas Variabel (Y) Keputusan Pembelian Item-Total Statistics I

Indikator Variabel Citra Merek (cm)	Corrected Item-Total Correlation	Tingkat Kevalidan	Keterangan
KP1	,577	0,30	Valid
KP 2	,370	0,30	Valid
KP 3	,433	0,30	Valid
KP 4	,452	0,30	Valid
KP 5	,561	0,30	Valid

KP 6	,568	0,30	Valid
KP 7	,492	0,30	Valid
KP8	,575	0,30	Valid
KP9	,357	0,30	Valid

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa indikator KP1 memiliki nilai kolerasi 0,577, indikator KP2 mempunyai nilai kolerasi 0,370, indikator KP3 dengan nilai kolerasi 0,443, indikator KP4 dengan nilai kolerasi 0,452, indikator KP5 dengan nilai kolerasi 0,561, indikator KP6 memiliki nilai kolerasi 0,5,68, indikator KP7 memiliki nilai kolerasi 0,492, indikator KP8 memiliki nilai kolerasi 0579, indikator KP9 memiliki nilai kolerasi 0,347.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan relibel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan pengukuran sekali saja yaitu pengukuran kehandalan butir pertanyaan dengan sekali menyebarkan kuesioner pada responden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan . suatu konstruk atau varabel dikatakan relibel jika memberikan nilai cronbach alpha > 0,60.

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Labeh Halal

Variabel	Cronbach's Alpha	Tingkat Realibel	Keterangan
Label halal	,720	0,60	Realibel

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa varaiabel label halal memiliki nilai *cronbach alpha* 0,720 maka dinyatakan relibel.

Tabel 4.8
Hasil uji Uji Reliabilitas Label BPOM

Variabel	Cronbach's Alpha	Tingkat Realibel	Keterangan
Label BPOM	,856	0,60	Realibel

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa varaiabel label BPOM memiliki nilai *cronbach alpha* 0,856 maka dinyatakan relibel.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Variabel	Cronbach's Alpha	Tingkat Realibel	Keterangan
Keputusan Pembelian	,796	0,60	Realibel

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa varaiabel keputusan pembelian memiliki nilai *cronbach alpha* 0,796 maka dinyatakan relibel.

D. Deskripsi Variabel Penelitian

Berikut akan dideskripsikan tiap-tiap varibel baik variabel independen yang terdiri dari label halal (X1), label BPOM (X2) dan varibel dependen yakni keputusan

pembelian (Y) yang mana masing-masing variabel telah diolah menggunakan *IBM SPSS 21*.

1. Deskripsi Variabel Label Halal

Tabel 4.10
Pernyataan Pertama
Memperhatikan ada dan tidaknya Label Halal MUI sebelum melakukan
Pembelian Produk Makanan Kemasan

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	6	6,5
S	28	30,1
SS	59	63,4
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang menjawab tidak setuju (TS) sebanyak 6 responden dengan persentase (6,5%), Responden yang menjawab setuju (S) sebanyak 28 dengan persentase sebesar (30,1%), kemudian responden yang menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 59 responden dengan persentase sebesar (63,4%). Dan total 93 reponden.

Tabel 4.11
Pernyataan Kedua
Tulisan Halal Mui Pada Kemasan Produk Makanan Terbaca Dengan Jelas

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	6	6,5

S	45	48,4
SS	42	45,2
Total	93	100

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang menjawab tidak setuju (TS) sebanyak 6 responden dengan pesentase (6,5 %), Responden yang menjawab setuju (S) sebanyak 45 responden dengan persentase sebesar (48,4%), kemudian responden yang menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 42 reponden dengan persentase sebesar (45,2%). Dan total 93 responden.

Tabel 4.12
Pernyataan Ketiga
Tulisan Halal Mui Pada Logo Membantu Dalam Mengidentifikasi Produk Makanan Sebelum Melakukan Pembelian Produk Makan Kemasan

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	3	3,2
S	39	41,9
SS	51	54,8
Total	93	100

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2018

tabel diatas bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 3 reponden dengan persentase sebesar(3,2% %),selanjutnya responden yang memilih setuju (S) sebanyak 39 responden dengan persentase sebesar (41,9%),kemudian yang

memilih sangat setuju (SS) sebanyak 51 responden dengan persentase sebesar (54,8%). Total 93 responden.

Tabel 4.13
Pernyataan Keempat
Mengetahui Gabungan Gambar Dan Tulisan Pada Label Halal Adalah Resmi
Dari Mui

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	1	1,1
S	34	36,6
SS	58	62,4
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 1 orang dengan persentase sebesar (1,1%), selanjutnya responden yang memilih setuju (S) sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar (36,6%),kemudian yang memilih sangat setuju (SS) sebaya 58 orang dengan persentase sebesar (62,4%). Dan total 93 orang.

Tabel 4.14
Pernyataan Kelima
Adanya Label Halal Menjadi Pertimbangan Saya Memilih Produk
Makan Kemasan

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
STS	1	1,1
TS	3	3,2

S	22	23,7
SS	67	72,0
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) berjumlah 1 orang dengan persentase sebesar (1,1%), selanjutnya responden yang memilih tidak setuju (TS) sebanyak 3 orang dengan persentase sebesar (3,2%),kemudian yang memilih setuju (S) sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar(23,7 %). Dan yang memilih sangat setuju (SS) sebanyak 67 dengan persentase sebesar (72,0 %). Dan total 93 responden.

Tabel 4.15
Pernyataan Keenam
Mengetahui Letak Label Halal Mui Dengan Jelas Pada Setiap Produk Makanan Kemasan

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	10	10,8
S	47	50,5
SS	36	38,7
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 10 orang dengan persentase sebesar (10,8%), kemudian yang memilih

setuju (S) sebanyak 47 orang dengan persentase sebesar (50,5%). Dan yang memilih sangat setuju (SS) sebanyak 36 orang dengan persentase sebesar (38,7%). Dan total 93 responden.

Tabel 4.16
Pernyataan Ketujuh
Label Halal Mempermudah Saya Dalam Member Informasi Dan Keyakinan
Akan Mutu Produk

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	2	2,2
S	39	41,9
SS	52	55,9
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang memilih setuju (TS) sebanyak 2 orang dengan persentase sebesar (2,2%),kemudian yang memilih setuju (S) sebanyak 39 orang dengan persentase sebesar (41,9%). Yang memilih sangat setuju (SS) sebanyak 52 orang dengan persentase sebesar 55,9 %). Dan total 93 responden.

2. Label BPOM

Dibawah ini akan dideskripsikan mengenai variabel Label BPOM yang telah diolah menggunakan SPSS 21.

Tabel 4.17
Pernyataan Pertama

Ketika membeli produk makanan selalu melihat label BPOM		
Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	13	14,0
S	49	52,7
SS	31	33,3
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 13 orang dengan persentase sebesar (14,0%), kemudian yang memilih setuju (S) sebanyak 49 orang dengan persentase sebesar (52,7 %). Dan yang memilih sangat setuju (SS) sebanyak 31 orang dengan persentase sebesar (33,3%). Dan total 93 responden.

Tabel 4.18
Pernyataan Kedua

Memperhatikan No Registrasi BPOM Yang Terdapat Pada Produk Makanan Kemasan Sebelum Membeli

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	18	19,4
S	49	52,7
SS	26	28,0
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 18 orang dengan persentase sebesar (19,4%), kemudian yang memilih setuju (S) sebanyak 49 orang dengan persentase sebesar (52,7 %). Dan yang memilih sangat setuju (SS) sebanyak 26 orang dengan persentase sebesar (28,0%). Dan total 93 responden.

Tabel 4.19
Pernyataan Ketiga

Selalu Membeli Produk Makanan Kemasan Yang Tercantum Label Bpom

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	20	21,5
S	49	52,7
SS	24	25,8
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 20 orang dengan persentase sebesar (21,5%), kemudian yang memilih setuju (S) sebanyak 49 orang dengan persentase sebesar (52,7 %). Dan yang memilih sangat setuju (SS) sebanyak 24 orang dengan persentase sebesar (25,8%). Dan total 93 responden.

Tabel 4.120
Pernyataan Keempat

Selalu Membeli Merek Produk Makanan Kemasan Yang Terdapat Label BPOM

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	20	21,5
S	40	43,0
SS	33	35,5
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 20 orang dengan persentase sebesar (21,5%), kemudian yang memilih setuju (S) sebanyak 40 orang dengan persentase sebesar (43,0%). Dan yang memilih sangat setuju (SS) sebanyak 33 orang dengan persentase sebesar (35,5%). Dan total 93 responden.

3. Keputusan Pembelian

Dibawah ini akan dideskripsikan variabel keputusan pembelian sesuai dengan tabel masing-masing.

**Tabel 4.21
Pernyataan Pertama**

Kualitas Label Halal Dan Label BPOM Adalah Standar Yang Diterapkan Dalam Mempertimbangkan Pemilihan Produk Makan Kemasan

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	7	7,5

S	44	47,3
SS	42	45,2
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 7 orang dengan persentase sebesar(7,5%), selanjutnya responden yang memilih setuju (S) sebanyak 44 orang dengan persentase sebesar (47,3%),kemudian yang memilih sagat setuju (SS) sebayak 42 orang dengan persentase sebesar(45,2 %). Dan total 93 responden.

Tabel 4.22
Pernyataan Kedua

Memiliki Tubuh Yang Sehat Adalah Kebutuhan Yang Menjadi Awal Masalah Dalam Memilih Produk Makanan Kemasan

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	8	8,6
S	44	47,3
SS	41	44,1
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 8 orang dengan persentase sebesar (8,6%), selanjutnya responden yang memilih setuju (S) sebanyak 44orang dengan persentase sebesar (47,3%),kemudian

yang memilih sangat setuju (SS) sebanyak 41 orang dengan persentase sebesar (44,1%).
Dan total 93 responden.

Tabel 4.23
Pernyataan ketiga

**Pengalaman Pribadi Adalah Informasi Yang Paling Akurat Yang Dijadikan
Sebagai Pedoman Sebelum Memilih Produk Makanan Kemasan**

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	3	3,2
S	51	54,8
SS	39	41,9
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 3 orang dengan persentase sebesar (3,2%), selanjutnya responden yang memilih setuju (S) sebanyak 51 orang dengan persentase sebesar (54,8%), kemudian yang memilih sangat setuju (SS) sebanyak 39 orang dengan persentase sebesar (41,9%). Dan total 93 responden.

Tabel 4.24
Pernyataan Keempat

**Label Halal Dan Izin BPOM Pada Produk Makanan Kemasan Memberikan
Informasi Tentang Jaminan Dan Mutu Produk**

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	2	2,2

S	43	46,2
SS	48	51,6
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 2 orang dengan persentase sebesar (2,2%), selanjutnya responden yang memilih setuju (S) sebanyak 43 orang dengan persentase sebesar (46,2%),kemudian yang memilih sagat setuju (SS) sebayak 48 orang dengan persentase sebesar (51,6%). Dan total 93 responden.

Tabel 4.25
Pernyataan Kelima

Banyak Pertimbangan Yang Dilakukan Sebelum Melakukan Pembelian Produk Makanan Kemasan

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	5	5,4
S	54	58,1
SS	34	36,6
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 5 orang dengan persentase sebesar (5,4%), selanjutnya responden yang memilih setuju (S) sebanyak 54 orang dengan persentase sebesar (58,1%),kemudian

yang memilih sangat setuju (SS) sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar (36,6%).
Dan total 93 responden.

Tabel 4.26
Pernyataan Keenam

Melakukan Keputusan Pembelian Jika Produk Makanan Kemasan Terdapat Atribut Label Halal Dan Label Bpom

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	7	7,5
S	46	49,5
SS	40	43,0
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 7 orang dengan persentase sebesar (7,5%), selanjutnya responden yang memilih setuju (S) sebanyak 46 orang dengan persentase sebesar (49,5%),kemudian yang memilih sangat setuju (SS) sebanyak 40 orang dengan persentase sebesar (43,0%).
Dan total 93 responden.

Tabel 4.27
Pernyataan Ketujuh

Dengan Berbagai Informasi Dan Pertimbangan Terhadap Suatu Produk Pasti Selalu Membantu Memutuskan Pembelian

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
----------------	------------------	-----------------------

TS	4	4,3
S	55	59,1
SS	34	36,6
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 4 orang dengan persentase sebesar (4,3%), selanjutnya responden yang memilih setuju (S) sebanyak 55 orang dengan persentase sebesar (59,1%),kemudian yang memilih sangat setuju (SS) sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar (36,6%). Dan total 93 responden.

Tabel 4.28
Pernyataan Kedelapan

Selalu Membeli Produk Makan Kemasan Yang Mencantumkan Label Halal Dan Label Bpom

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	8	8,6
S	42	45,2
SS	43	46,2
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 8 orang dengan persentase sebesar (8,6%), selanjutnya responden yang

memilih setuju (S) sebanyak 42 orang dengan persentase sebesar (45,2%), kemudian yang memilih sangat setuju (SS) sebanyak 43 orang dengan persentase sebesar (46,2%). Dan total 93 responden.

Tabel 4.29
Pernyataan Kesembilan

Akan mempromosikan produk makanan kemasan yang mencantumkan label halal dan label BPOM kepada keluarga, teman, dan saudara

Pilihan	Frekuensi	Persentase (%)
TS	7	7,5
S	48	51,6
SS	38	40,9
Total	93	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang memilih tidak setuju (TS) berjumlah 7 orang dengan persentase sebesar (7,5%), selanjutnya responden yang memilih setuju (S) sebanyak 48 orang dengan persentase sebesar (51,6%), kemudian yang memilih sangat setuju (SS) sebanyak 38 orang dengan persentase sebesar (40,9%). Dan total 93 responden.

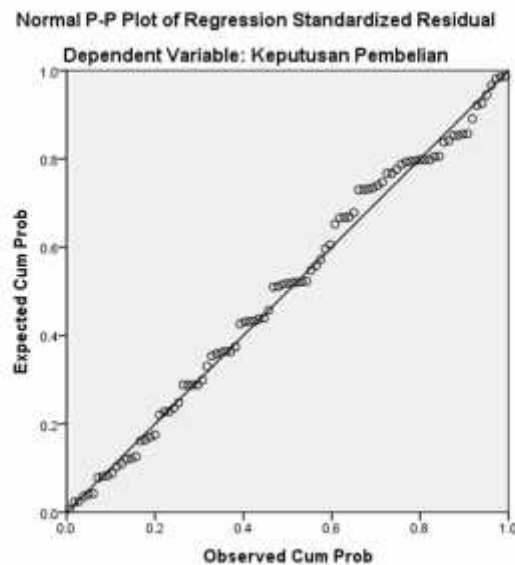
E. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mendeteksi masalah-masalah dalam pengujian model model regresi dalam penelitian ini dapat diatasi dengan menggunakan bentuk model pengujian klasik.

1. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data yang berdistribusi normal yang memiliki *mean* dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas data penelitian ini dilakukan dengan mengamati *probilty plot*. Adapun grafik *probilty plot* (p.plot yang dihasilkan program *IBM SPSS21*. Sebagai berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



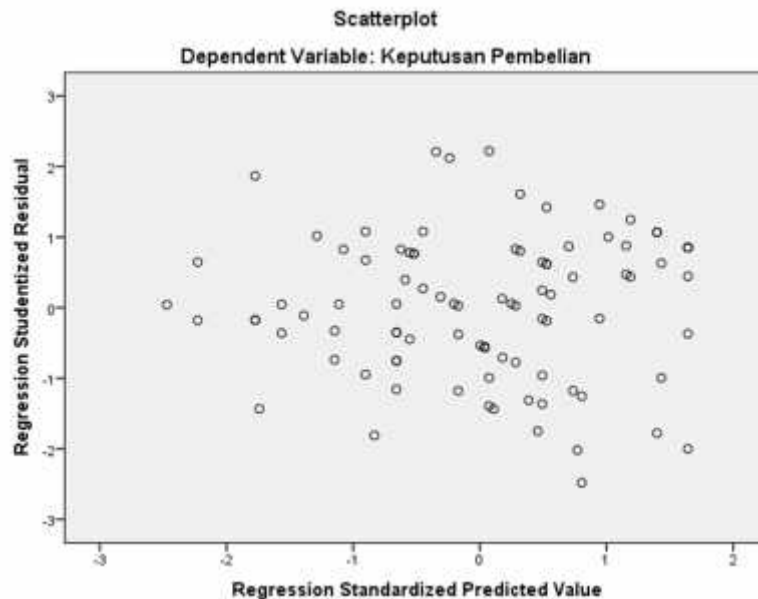
Grafik diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memnuhi asumsi normalitas.

2. Uji heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu kepengamatan yang lain berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk menguji asumsi ini dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* antatar variabel terikat (ZPRED) dan variabel bebas(SRESID).

Gambar 4.2

Hasil Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar grafik *scatterplots* diatas terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi. Apabila

titik tidak menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y maka terjadi yang namanya heterokedastisitas dan model regresi tidak baik.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui antara variabel bebas tidak memiliki hubungan linear atau tidak berkorelasi satu sama lain dalam model regresi, maka dilakukan suatu pendektasian dengan menguji gejala multikolinearitas, asumsi multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala Multikolinearitas. Pada penelitian ini dugunakan nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance sebagai* indicator ada atau tidaknya Multikolinearitas diantara variabel bebas. Pada table dibawah ini dapat dilihat hasil uji multikolinearitas yang menunjukkan nilai VIF dan Tolerance.

Tabel 4.30

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.487	2.770		3.425	.001		

Label Halal	.534	.114	.433	4.669	.000	.726	1.378
label BPOM	.459	.132	.323	3.482	.001	.726	1.378

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji Multikolinearitas

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa dalam model regresi bebas dari adanya multikolinearitas. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF dari kedua variabel kurang dari 10.

F. Hasil Analisis Regresi Berganda

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi liner berganda. Fungsi analisis adalah untuk menganalisis keterkaitan dan keterhubungan diantara dua atau lebih dari variabel penelitian yang berbeda, yaitu variabel dependen dan variabel independen dengan membutuhkan data terdiri dari beberapa kelompok hasil observasi atau pengukuran. Penelitian ini mencoba untuk melihat adakah pengaruh secara parsial dan simultan.

Berdasarkan hasil olah data dengan bantuan SPSS 21. For Windows diperoleh hasil analisis regresi berganda pada tabel berikut:

Tabel 4.31
Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.487	2.770		3.425	.001		
Label Halal	.534	.114	.433	4.669	.000	.726	1.378
izin BPOM	.459	.132	.323	3.482	.001	.726	1.378

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari hasil regresi berganda pada tabel diatas, kemudian dimasukan kedalam model persamaan regresi berganda dengan formulasi sebagai berikut:

$$Y = 9.487 + 0,534X_1 + 0,459X_2$$

Persamaan regresi berganda diatas menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki arah positif terhadap variabel dependen.

G. Hasil Pengujian Hipotesis.

1. Uji parsial

Tabel 4.32
Uji Parsial(Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.487	2.770		3.425	.001		
Label Halal	.534	.114	.433	4.669	.000	.726	1.378
Label BPOM	.459	.132	.323	3.482	.001	.726	1.378

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dari tabel diatas maka dapat diketahui bahwa variabel tentang label halal memiliki $t_{hitung} = 4,669 >$ nilai $t_{tabel} = 1,986$ dengan ini menjelaskan secara parsial label halal (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan pada variabel label BPOM (X2) juga berpengaruh signifikan dengan $t_{hitung} = 3,482 >$ nilai $t_{tabel} = 1,986$

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan digunakan untuk menguji apakah variabel independen benar-benar memberikan kontribusi terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini ingin mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama memberikan kontribusi secara signifikan terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengolahan data sebagai berikut:

Tabel 4.33

Hasil Uji Simultan(F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	440.935	2	220.467	35.117	.000 ^b
Residual	565.022	90	6.278		
Total	1005.957	92			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), izin BPOM, Label Halal

Berdasarkan hasil uji coba *ANOVA (Analysis of varians)* diperoleh nilai f hitung sebesar $35,117 >$ dari f -tabel $19,484$. Dengan demikian hasil ini menyatakan bahwa secara serempak variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai prosentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil perhitungan melalui alat *SPSS 21*. Didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.34
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.662 ^a	.438	.426	2.506

a. Predictors: (Constant), izin BPOM, Label Halal

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari tampilan output *IBM SPSS 21*. Model summary besarnya R.Square adalah 0,438, hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel bebas yang terdiri dari Variabel label halal (X1) variabel label BPOM (X2), sebesar 43,8 %, sedangkan sisanya (100%-43,8%=56,2%) dipengaruhi oleh faktor lain.

I. Pengaruh Label Halal dan Label BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan

Berdasarkan hasil analisis uji regresi pengaruh label halal dan label BPOM terhadap keputusan pembelian. Bahwa secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan.

1. Pengaruh parsial label halal Berdasarkan hasil perhitungan statistik bahwa variabel tentang label halal memiliki $t_{hitung} 4,669 > \text{nilai } t_{tabel} 1,986$ dengan ini menjelaskan secara parsial label halal (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Riska, tahun 2013 melakukan penelitian tentang” pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada mahasiswa prodi STAIN Datokarama Palu.” Jurusan Ekonomi Islam, fakultas syariaah dan ekonomi Islam Berdasarkan hasil penelitian bahwa label halal memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Dan akhirnya dapat dikatakan bahwa para konsumen ketika membeli makanan kemasan, label halal menjadi sesuatu yang penting.

2. Pengaruh parsial label BPOM berdasarkan hasil perhitungan statistik bahwa variabel tentang label BPOM memiliki $t_{hitung} 3,482 > \text{nilai } t_{tabel} 1,986$. Maka berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini juga pernah dilakukan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dyah Ayu Helida, tahun 2015 dengan judul penelitian” pengaruh label Ber BPOM terhadap keputusan dan minat beli masyarakat desa wringin Bondowoso”. Dengan hasil penelitiannya ada pengaruh label BPOM

terhadap minat beli dan keputusan beli masyarakat. Akhirnya dapat diambil kesimpulan bahwa label BPOM menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk.

3. Pengaruh simultan berdasarkan perhitungan statistik bahwa kedua-duanya memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji coba *ANOVA* (*Analysis of varians*) diperoleh nilai f hitung sebesar $35,117 >$ dari f -tabel 19,484. Dengan demikian hasil ini menyatakan bahwa secara serempak variabel independen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Label Halal dan BPOM menjadi bahan pertimbangan Bagi Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam dalam mengambil keputusan pembelian terhadap produk-produk makanan kemasan, selaku konsumen muslim kedua label ini yang harus selalu diperhatikan. Hal ini sesuai dengan ajaran syariat Islam yang mnegajarkan konsumen makanlah yang baik lagi halal yang terhidar dari hal-hal yang telah dilarang oleh agama sebgaimana yang terdapat pada al-Qur'an surat al-Baqarah (2): 168 sebagai berikut:

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

Terjemahan:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena

sesungguhnya syaitan adalah musuh yang nyata bagimu”. (AL-Baqarah : 168).⁷⁰

Selain itu, pada QS Al Maidah (4): 88 juga dijelaskan mengenai perintah untuk mengkonsumsi makanan yang halal.

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَتُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya:

“ Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezkikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu berimannya kepada-Nya”. (Al-Maidah : 88).⁷¹

Maka sudahlah jelas bahwa sebagai seorang muslim haruslah kehalalan suatu barang yang menjadi suatu kewajiban. Hikmah dari kehalalan dan baiknya sebuah produk makanan adalah selain menjamin kesehatan tubuh juga mendapatkan keberkahan.

⁷⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan terjemahan juz 1-30* (Penerbit Al-Hidayah 1998), 41.

⁷¹Ibid.,176.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penulis skripsi dengan judul” Pengaruh Label Halal Dan BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam) dari data lapangan dapat disimpulkan bahwa:

4. Pengaruh parsial label halal Berdasarkan hasil perhitungan statistik bahwa variabel tentang label halal memiliki $t_{hitung} 4,669 > \text{nilai } t_{tabel} 1,986$ dengan ini menjelaskan secara parsial label halal (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aang Gunaifi, tahun 2009 telah melakukan penelitian dengan judul”pengaruh label halal terhadap minat beli konsumen di PT. Salsa Bela Jember.”Berdasarkan hasil penelitian bahwa label halal memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Dan akhirnya dapat dikatakan bahwa para konsumen ketika membeli makanan kemasan, label halal menjadi sesuatu yang penting.

5. Pengaruh parsial label BPOM berdasarkan hasil perhitungan statistik bahwa variabel tentang label BPOM memiliki $t_{hitung} 3,482 > \text{nilai } t_{tabel} 1,986$. Maka berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini juga pernah dilakukan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dyah Ayu Helida, tahun 2015 dengan judul

penelitian” pengaruh label Ber BPOM terhadap keputusan dan minat beli masyarakat desa wringin Bondowoso”. Dengan hasil penelitiannya ada pengaruh label BPOM terhadap minat beli dan keputusan beli masyarakat. Akhirnya dapat diambil kesimpulan bahwa label BPOM menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk.

6. Pengaruh simultan berdasarkan perhitungan statistik bahwa kedua-duanya memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji coba *ANOVA* (*Analisis of varians*) diperoleh nilai f hitung sebesar $35,117 >$ dari f -tabel $19,484$. Dengan demikian hasil ini menyatakan bahwa secara serempak variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan analisis penelitian ini dan pembahasan yang telah diuraikan maka peneliti memberikan saran:

Bagi mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam agar kiranya dalam pemilihan produk makanan kemasan, label halal haruslah menjadi prioritas utama. Dengan kata lain konsumen harus lebih peduli dengan produk-produk makanan dan minuman yang dikonsumsinya karena masih banyak produk-produk yang tidak jelas yang beredar diluar sana. Tidak hanya label halal, label BPOM juga sangatlah penting, sebuah badan yang melindungi konsumen dari produk-produk berbahaya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah Thamrin. dan TantriTantri, *Manajemen Pemasaran* cet. 2 Jakarta . PT. RajaGrafindo Persada, 2013.

Burhanuddin S., *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang : UIN Maliki Press, 2011.

ICT IAIN Palu pada tanggal 17 januari 2018

Departemen Agama Republik Indoneia, *Al-Qur'an dan terjemahan juz 1-30*. Penerbit Al-Hidayah 1998., *pedoman Fatwa Produk Halal* . proyek Pembinaan pangan halal Ditjen Bimas Islam dan penyelenggara Haji

Depertemen agama RI, *Sistem Dan Penetapan Fatwa Produk Halal MUI*. Jakarta : 2003

didi Saurus, *Pengaruh Produk Ber Bpom (X) Terhadap Keputusan Dan Minat Beli Masyarakat Desa Wringin Bondowoso (Y)*". artikel ilmiah.. <http://www.lib.dolexa.ac.id/1247517/1/> .pdf . diakses pada tanggal 10 januari 2018

Ferdinand. Agusty, *Metode Penelitian Manajemen*., Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.

Ghazali, *benang tipis antara halal dan haram* . surabaya : putra pelajar, 2003.

Gitosudarmo Indriyo , *Manajemen Pemasaran* . Yogyakarta : PT. BPFE, 1995.

Gozali .Imam , *Aplikasi Analisis Multivariaatedengan Program IBM SPSS 21, Edisi ketujuh*.. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013 .

- Haris. Ahmad."halal dikemas belum tentu halal dimakan"<http://www.harisahmad.com>. diakses pada tanggal 4 januari 2018
- Helmi Mhd Sukri ,”Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Cv. Master Pasir Pengaraja Kabupaten Rokan Hulu. Artikel Ilmiah,2015. 7. [http://www. http://lib.unnes.ac.id/18371/1/7350408033](http://www.lib.unnes.ac.id/18371/1/7350408033) Mhd Sukri Helmi.pdf Mhd Sukri Helmi. diakses pada tanggal 12 januari 2018
- <http://www.pom.go.id>, diakses pada tanggal 10 desember 2017
- Husein. Umar, *manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta :PT. Gramedia Pusaka.
- Kamilah,Ghina ,*Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli* (.urnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 2, Februari 2017. [http://www. http://ni.cideon.ac.id/1273647/12](http://www.http://ni.cideon.ac.id/1273647/12) .pdf 6. Diakses pada tanggal 5 januari 2018
- Kamus Besar Bahasa Indonesia,*pusat bahasa departemen nasional*,.Jakarta: 2008
- Kartono Kartini, *Pengantar Metode Riset Sosial*. Bandung : CV Bandar Maju, 1996
- Kepala BPOM RI Pasal 3, No. 14 tahun 2014
- Rahayu .Winiati P dkk, *Keamanan Pangan*.Bogor : IPB Press, 2011
- Rangkuti ,*Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan .Snack Merek Chitato. pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.Skripsi Fakultas Hukum

- Universitas Sumatera Utara. 2010. 8. <http://www.astiedoen.ac.id/31124577/1/Adiztya.pdf> diakses pada 7 januari 2018
- Retno Sulistiyowati."labelisasi Halal" artikel ini diakses dari <http://www.esqmagazine.com> pada tanggal 15 desember 2017
- Riska."Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Stain Datokarama Palu".skripsi tidak diterbitkan .Palu: Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Palu. 2013.
- Sarjono . Haryadi dan Julianita, Winda ,*SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta : Salemba Empat, 2011.
- Setiadi. Nugroho J ,*Perilaku Konsumen edisi revisi*.Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama,201.
- Siregar Syofian , *Metode Penelitian Kuantitatif* .Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS.Jakarta : Kencana, 2013.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R am D*, Cct, XIX, Bandung : CV. Alfabeta,2011.
- Sugiyono, *Statistika dan Penelitian*. Baandung : Alfabeta, 2005
- Suma .H.Muhammad Amin.*Undang – Undang Perdata Islam Dan Pereaturan Pelaksanaan Lainnya Di Negara Hukum Indonesia* Jakarta: Rajawali Pres.2008
- Sumarwan Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Pendarapannya dalam Pemasaran*,.Jakarta: PT. Gramedia Utama, 2008.

Sunyoto Danang , *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*.Yogyakarta :

CAPS,2011.Suryabarata . Sumadi S, *Metodologi Penelitian*.Jakarta : PT. Raja

Grafindo Persada,2010 .

takiredja .Takiran dan mustfida hidayat,*penelitian kuantitatif*.purwekerto:

alfabeta,2013.

Tiro Muhammad Arief ,*Dasar-Dasar Statistik*, Cet, I. Makasar : Universitas negeri

makasar, 2000 .

Wibisaputra Adiztya, "Analisis Faktor-Faktor Yang Memepengaruhi Minat Beli

Ulang Gas Elpiji 3 KG .Di PT. Candi Agung Pratama Semarang.skripsi--

universitas diponegoro, Semarang, 2011. 29. [http://www. http://eprints.undip.](http://www.http://eprints.undip.ac.id/35775/1/Adiztya.pdf)

[ac.id/35775/1/ Adiztya.pdf](http://www.http://eprints.undip.ac.id/35775/1/Adiztya.pdf) diakses pada tanggal 12 januari 2018

William, J. S, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.Jakarta: Erlangga,2004.

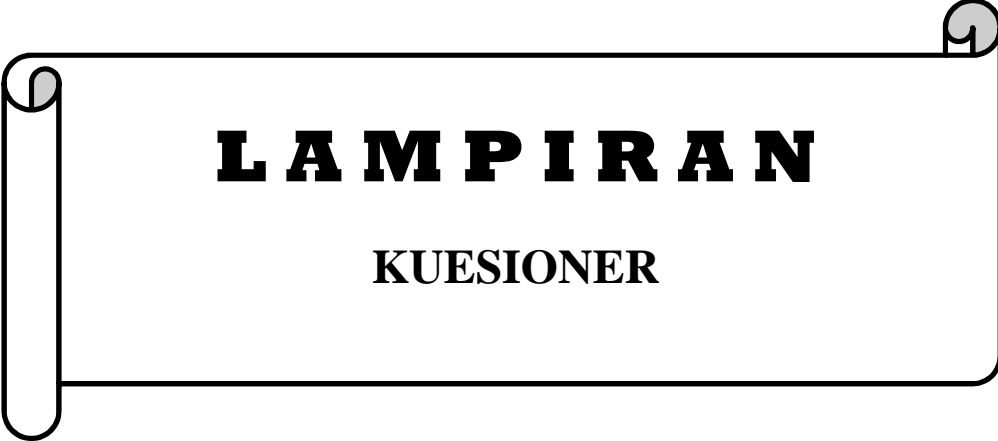
www.Lppommui.co.id diakses pada tanggal 16 desember 2017

Zaenudin. Ahmad , *pengertian Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)*

<http://www.ahmadzaenudinblogspot.com>. diakses pada tanggal 6 januari

2018

LAMPIRAN – LAMPIRAN



LAMP IRAN
KUESIONER

Angket

No :

KUESIONER PENELITIAN

Judul Penelitian :Pengaruh Label Halal dan Label BPOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan (Studi Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam)

Nama Peneliti :M. Reza B. Ahmad

NIM : 14.3.12.0020

Jurusan : Ekonomi Syariah

I. Pengantar

Sebelumnya kami mengucapkan terimakasih kepada sdr(i) karena telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Kami berharap agar tanggapan yang sdr(i) berikan sesuai dengan pendapat, persepsi, dan keadaan atau kondisi yang dirasakan. Data yang kami peroleh murni untuk kepentingan penelitian dan akan kami rahasiakan.

Petunjuk pengisiannya yaitu mengisi setiap pertanyaan yang diminta dengan memberi tanda check lish () pada pilihan jawaban yang tersedia berdasarkan keadaan anda sendiri. Kemudian bacalah kembali setiap pertanyaan untuk memastikan semua pertanyaan sudah terjawab.

Keterangan :

SS = Sangat setuju,

S = Setuju,

TS = Tidak setuju,

STS = Sangat tidak setuju.

Sebelum mengisi kuesioner, terlebih dulu isilah identitas sdr(i) yaitu sebagai berikut :

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Tahun Angkatan : 2014 2016

2015 2017

Jurusan : HES PM PS

HKI ESY HTNI

Setelah mengisi identitas, selanjutnya agar sdr (i) mengisi pernyataan kuesioner dilembaran selanjutnya.

Demikian permohonan pengisian kuesioner ini, atas partisipasi dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

II. Label Halal

	No	Keterangan	SS	S	TS	STS
	1.	Saya tau dari maksud gambar disamping				
	2.	Sayaa selalu memperhatikan ada tidaknya gambar tersebut pada kemasan sebelum melakukan pembelian produk makanan kemasan				
	3.	Tulisan halal disamping terbaca dengan jelas				
	4.	Adanya tulisan halal yang terdapat pada gambar tersebut membantu saya mengidentivikasi produk sebelum saya melakukan pembelian produk makanan kemasan				
	5.	Saya mengetahui gabungan gambar dan tulisan disamping adalah label halal resmi dari MUI				
	6.	Adanya label halal menjadi pertimbangan saya memilih produk makanan kemasan				
	7.	Saya mengetahui dengan jelas letak label halal disamping pada setiap produk makan kemasan yang saya konsumsi				
	8.	Karena terdapat pada kemasan, label halal mempermudah saya dalam memberi informasi dan keyakinan akan mutu produk				

III. BPOM

No	Keterangan	SS	S	TS	STS
----	------------	----	---	----	-----

9.	Ketika saya membeli produk makana kemasan saya selalu melihat tabel BPOM				
10.	Saya selalu memperhatikan nomor registrasi BPOM yang terdapat pada produk makanan kemasan sebelum saya membelinya				
11.	Saya selalu membeli produk kemasan yang tercantum label BPOM				
12.	Saya selalu memilih merek produk makanan kemasan yang tercantum label BPOM				

IV. Keputusan Pembelian

No	Keterangan	SS	S	TS	STS
13.	Kualitas, mutu jaminan halal dan BPOM adalah standar yang selalu saya terapkan dalam mempertimbangkan pemilihan produk makanan kemasan				
14.	Ingin memiliki tubuh yang sehat adalah kebutuhan yang menjadi awal masalah saya dalam memilih produk makanan kemasan				
15.	Pengalaman pribadi adalah informasi yan paling akurat yang saya jadikan sebagai pedoman sebelum memilih produk makanan kemasan				
16.	Label halal dan label BPOM pada produk makanan kemasaa memberikan informasi tentan jaminan dan mutu produk				
17.	Banyak pertimbangan yang saya lakukan sebelum melakukan pembelian produk makanan				
18.	Saya melakukan keputusan pembelian jika produk makan kemasan terdapat atribut label halal dan label BPOM				
19.	Dengan berbagai informasi dan pertimbangan terhadap suatu produk pasti selalu membantu saya memutuskan pembelian				
20.	Saya akan selalu membeli produk makanan kemasan yang mencantumkan label halal dan label BPOM				

21.	Saya akan mempromosikan produk makanan kemasan yang mencantumkan label halal dan label BPOM kepada keluarga, teman, dan saudara saya				
-----	--	--	--	--	--



LAMPIRAN

TABULASI DATA

TABULASI
DATA

NAMA KAMUS	ANGKATAN	JURUSAN	CITRA MEREK (X)										KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)												TOTAL (X)
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ouan	2014	HES	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	33
ouan	2014	HES	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	32
ki	2015	HES	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	30	
ouan	2015	HES	3	3	3	4	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	30
ki	2016	HES	3	3	4	3	3	4	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	30
ouan	2016	HES	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	30	
ouan	2016	HES	3	4	4	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	33
ki	2016	HES	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	4	2	4	3	2	3	4	4	3	33
ouan	2017	HES	4	4	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
ouan	2017	HES	4	4	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
ouan	2017	HES	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
ki	2014	HKI	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	34
ouan	2014	HKI	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	34
ouan	2015	HKI	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
ki	2016	HKI	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	30
ki	2017	HKI	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	33
ouan	2014	PM	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	20
ki	2014	PM	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	33
ki	2015	PM	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	2	2	2	4	2	4	1	4	3	3	3	3	33
ki	2016	PM	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
ouan	2014	ESY	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	27

ouan	2014	ESY	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	1	3	3	3	2	2	2	2	4	3
uki	2014	ESY	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	4	2	3	4	3
ouan	2014	ESY	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2
ouan	2014	ESY	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
uki	2014	ESY	3	4	3	4	4	3	2	2	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3
ouan	2015	ESY	4	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	2	3	3	1	1	1	2
ouan	2015	ESY	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3
ouan	2015	ESY	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	2	4	2	2	2	4	3	2	2
uki	2015	ESY	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
ouan	2015	ESY	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
ouan	2015	ESY	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
ouan	2015	ESY	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4
ouan	2015	ESY	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
ouan	2015	ESY	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2
ouan	2015	ESY	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2
ouan	2015	ESY	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2
ouan	2016	ESY	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2
uki	2016	ESY	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
uki	2016	ESY	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4
ouan	2016	ESY	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3
ouan	2016	ESY	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2
ouan	2016	ESY	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3
ouan	2016	ESY	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3
ouan	2016	ESY	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2

ouan	2016	ESY	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3
ouan	2017	ESY	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3
ouan	2017	ESY	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2
iki	2017	ESY	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
iki	2017	ESY	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3
iki	2017	ESY	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
iki	2017	ESY	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3
ouan	2017	ESY	3	3	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
ouan	2017	ESY	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
ouan	2017	ESY	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
ouan	2017	ESY	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	1	4	2
ouan	2017	ESY	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	3
iki	2017	ESY	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
iki	2017	ESY	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
iki	2017	ESY	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2
ouan	2017	ESY	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
ouan	2015	PS	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4
ouan	2015	PS	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3	3	4	3	1	4	4	4	4	3	4	3
ouan	2015	PS	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	3
iki	2015	PS	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
ouan	2015	PS	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
iki	2016	PS	3	4	4	3	3	2	2	3	3	4	2	1	3	1	1	3	1	3	4	3	1	1	3
ouan	2016	PS	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
ouan	2016	PS	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2

ouan	2016	PS	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	
ouan	2016	PS	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
ki	2016	PS	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	4	2	4	4	4	3	3	3
ouan	2017	PS	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3
ki	2017	PS	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3
ouan	2017	PS	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3
ouan	2017	PS	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3
ouan	2017	PS	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
ouan	2017	PS	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2
ouan	2017	PS	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
ki	2017	HTNI	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	3	3	3



LAMPIRAN

Profil Responden

Frequency Table

Jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
laki-laki	42	45.2	45.2	45.2
Valid perempuan	51	54.8	54.8	100.0
Total	93	100.0	100.0	

angkatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2014	14	15.1	15.1	15.1
2015	22	23.7	23.7	38.7
Valid 2016	27	29.0	29.0	67.7
2017	30	32.3	32.3	100.0
Total	93	100.0	100.0	

jurusan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid HES	12	12.9	12.9	12.9

HKI	9	9.7	9.7	22.6
PM	4	4.3	4.3	26.9
ESY	42	45.2	45.2	72.0
PS	24	25.8	25.8	97.8
HTNI	2	2.2	2.2	100.0
Total	93	100.0	100.0	



LAMPIRAN

**HASIL UJI VALIDITAS DAN
RELIABILITAS**

HASIL UJI VALIDITAS LABEL HALAL (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LH1	21.00	4.935	.350	.709
LH2	21.18	4.847	.393	.698
LH3	21.05	4.399	.657	.632
LH4	20.96	5.259	.319	.712
LH5	20.90	5.023	.334	.712
LH6	21.29	4.469	.503	.669
LH7	21.03	4.814	.487	.676

HASIL UJI VALIDITAS LABEL BPOM (X2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	9.27	3.416	.639	.840
B2	9.38	3.259	.684	.822
B3	9.42	3.159	.729	.803

B4	9.32	2.960	.744	.797
----	------	-------	------	------

HASIL UJI VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	26.94	8.452	.577	.763
KP2	26.96	9.107	.370	.792
KP3	26.92	9.179	.433	.782
KP4	26.82	9.151	.452	.780
KP5	27.00	8.717	.561	.766
KP6	26.96	8.498	.568	.764
KP7	26.99	8.989	.492	.775
KP8	26.94	8.387	.575	.763
KP9	26.98	9.260	.347	.794

RELABEL LABEL HALAL

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

.720	7
------	---

RELABEL LABEL BPOM**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	4

RELABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	9



LAMPIRAN

UJI ASUMSI KLASIK

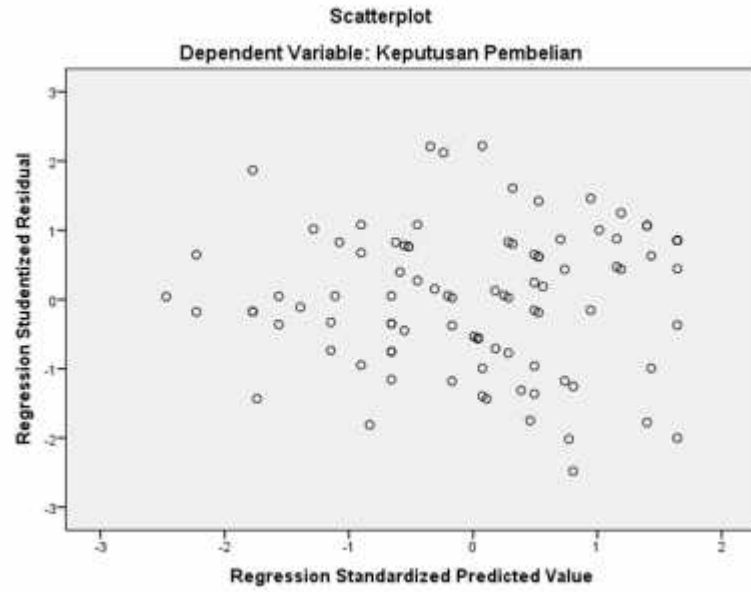
TABEL MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

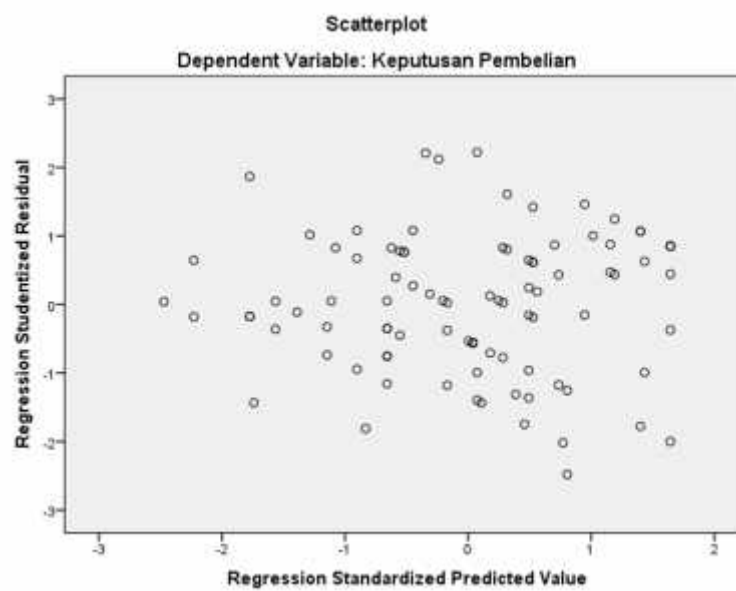
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	9.487	2.770		3.425	.001		
Label Halal	.534	.114	.433	4.669	.000	.726	1.378
izin BPOM	.459	.132	.323	3.482	.001	.726	1.378

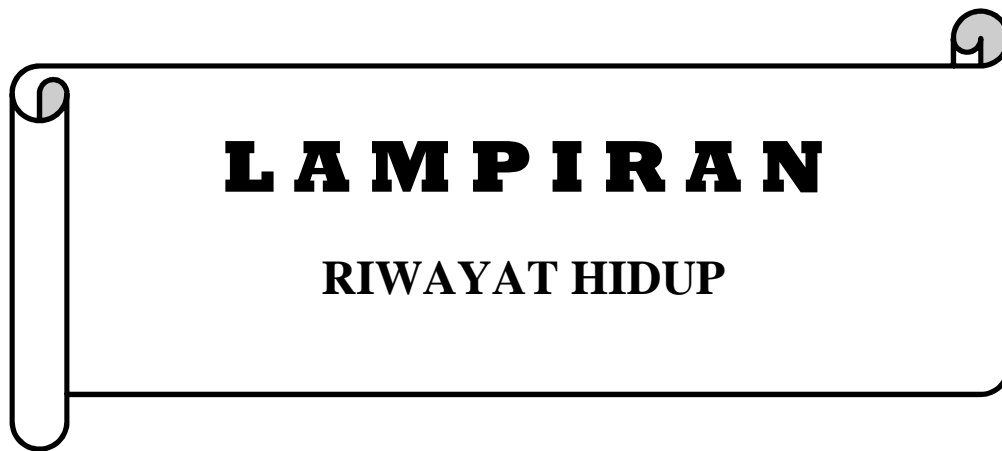
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

GAMBAR UJI HETEROSKEDASTISITAS



GAMBAR UJI NORMALITAS





LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama : M. Reza B. Ahmad
 TTL : Bacan, 28 Juli 1996
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Agama : Islam
 Status : Mahasiswa
 Anak Ke : 3 dari 6 bersauda
 Alamat : Jln. Bantilan

B. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Bukhari Ahmad
 Pekerjaan : Tani
 Alamat : Kupal

Nama Ibu : Berkah Saleh
 Pekerjaan : Tani
 Alamat : Kupal

C. Jenjang Pendidikan

1. SDN Kupal Kec. Bacan Selatan Kab. Halmahera- Selatan Tahun 2008
2. MTs Al-Badriyah Kupal Kec. Bacan Selatan Kab. Halmahera-Selatan 2011
3. SMA Al-Khairaat Labuha Kec. Bacan Tengah Kab. Halmahera-Selatan 2014
4. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Jurusan Ekonomi Syariah 2014 dan Menyelesaikan Studi Strata 1 (S1) Pada Tahun 2018

D. Pengalaman Organisasi

1. LDK Jundullah IAIN Palu
2. HMJ 2016-2017
3. DEMA FSEI 2016-2017
4. KAMMI
5. FoSSEI