

PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM POTONG

(Studi Kasus Pada Konsumen Di Pasar Ir. Soekarno Sukoharjo)



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Progam Studi Strata I pada Jurusan
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

ATHALLAH RAIHAN AUFA

B 100 190 468

PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM POTONG

(Studi Kasus Pada Konsumen Di Pasar Ir. Soekarno Sukoharjo)

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

ATHALLAH RAIHAN AUFA
B 100 190 468

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing



Kusdiyanto, SE, Msi.

PENGESAHAN

PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM POTONG

(Studi Kasus Pada Konsumen Di Pasar Ir. Soekarno Sukoharjo)

Oleh:

ATHALLAH RAIHAN AUFA

B100190468

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. **Drs. Kusdiyanto, M.Si.**

(Ketua Dewan Penguji)

2. **Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.**

(Anggota I Dewan Penguji)

3. **Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D.**

(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.)
NISDN. 0616087401

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 10 Februari 2023

Penulis



ATHALLAH RAIHAN AUFA
B 100 190 468

PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM POTONG

(Studi Kasus Pada Konsumen Di Pasar Ir. Soekarno Sukoharjo)

ABSTRACT

In order to explore consumer decisions in purchasing broiler chickens at the Ir. Sukarno. This research is included in the category of quantitative research. This study seeks to examine the impact of the halal label and quality which also influence consumer decisions in purchasing broiler chicken at the Ir. Sukarno.

This thesis uses a causal quantitative approach. The population here are buyers at the Ir. Sukarno whose number is infinite. The design that the writer uses in sampling is a nonprobability sampling technique with purposive sampling category. To facilitate calculations, the authors set the sample to be 100 people. The author uses multiple linear regression analysis techniques.

The findings of this study indicate that (1) the halal label (X1) and product quality (X2) simultaneously and significantly influence the purchasing decision (Y) of broiler chickens in the Ir. Sukarno. (2) the halal label has a significant effect on consumer purchasing decisions at the Ir. Sukarno. (3) product quality has a significant effect on consumer purchasing decisions in the Ir. Sukarno. (4) Determination or contribution of the halal label (X1) and product quality (X2) to the purchase decision (Y) of broiler chickens at Ir. Soekarno by 32.9%. The remaining contribution of other variables is only 67.1%, such as service quality, location, other prices.

Keywords: Purchase Decision, Halal Label, Product Quality.

ABSTRAK

Guna mendalami keputusan konsumen dalam melakukan pembelian ayam potong di pasar Ir. Soekarno. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif. penelitian ini berupaya mengkaji dampak label halal dan kualitas yang turut mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian ayam potong di pasar Ir. Soekarno.

Pada skripsi ini menggunakan pendekatan kuantitatif bersifat kausal. Populasi disini merupakan pembeli di Pasar Ir. Soekarno yang jumlahnya tak terhingga. Desain yang penulis gunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *nonprobability sampling* dengan kategori *purposive sampling*. Untuk memudahkan perhitungan, penulis menetapkan sampel menjadi 100 orang. Penulis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa (1) label halal (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) ayam potong di pasar Ir. Soekarno. (2) label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Ir. Soekarno. (3) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian konsumen di Pasar Ir. Soekarno. (4) Determinasi atau sumbangan label halal (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) ayam potong di pasar Ir. Soekarno sebesar 32,9%. Sisanya sumbangan variabel-variabel lain hanya sebesar 67,1% seperti kualitas pelayanan, lokasi, harga lain-lain.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Label Halal, Kualitas Produk.

I. PENDAHULUAN

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh (Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, 2021) dengan judul pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk UMKM di Kota Bima. Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan menguji objek yang berbeda yaitu ayam potong pada konsumen di Pasar Ir. Soekarno Sukoharjo. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang sangat banyak. Jumlah penduduk Indonesia adalah peringkat 4 terbanyak di dunia dengan 273 juta jiwa. Dengan jumlah penduduk yang banyak ini, menjadikan kebutuhan pangan di Indonesia sangat banyak pula. Salah satu yang menjadi konsumsi adalah daging ayam. Olahan ayam potong menjadi salah satu menu favorit untuk keluarga karena harga yang masih tergolong terjangkau dengan rata – rata penghasilan keluarga di Indonesia.

Produksi ayam potong di provinsi Jawa Tengah juga menjadi salah satu yang terbesar di Indonesia. Oleh karena itu, tempat pemotongan ayam menjadi salah satu perhatian para pembeli sebelum membeli ayam di pasaran. Persoalan kehalalan dalam penyembelihan ayam sering dipertanyakan dan

diragukan seiring semakin berkembangnya tata cara penyembelihan dan alat-alat yang digunakan dalam kegiatan penyembelihan.

Keputusan pembelian sebagai proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya (Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, 2021). Keputusan pembelian ayam potong pada Pasar Ir. Soekarno Sukoharjo di pengaruhi oleh beberapa faktor penting diantaranya kualitas produk ayam potong dan lebel halal, hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Paramita, Ali, & Dwikoco, 2022) yang mengatakan bahwa labelisasi halal, kualitas produk dan minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Label halal merupakan label yang memberikan informasi kepada konsumen tentang suatu produk yang telah memiliki label bahwa produknya benar-benar baik dan memiliki kandungan nutrisi sehingga produknya aman untuk dikonsumsi (Astuti & Hakim, 2021). Hasil berbeda didapatkan melalui penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan & Pertiwi, 2022) yang mengatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian *Skincare* Safi.

Pedoman berproduksi halal untuk pemotongan hewan merupakan salah satu unit usaha yang sangat penting dalam menjaga kehalalan pangan yang beredar di masyarakat. Dalam pemotongan ayam potong terdapat salah satu tahap yang cukup kritis ditinjau dari segi kehalalan, yaitu proses penyembelihan hewan. Proses tersebut sangat menentukan halal atau tidaknya

daging atau bagian lain dari hewan (lemak, tulang, bulu, jeroan dsb) yang dihasilkan.

Kualitas produk adalah keadaan dinamis yang terkait dengan manusia, produk, lingkungan, jasa atau layanan yang memenuhi atau melampaui harapan (Paramita, Ali, & Dwikoco, 2022). Kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya (Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, 2021). Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, 2021) yang mengatakan bahwa kualitas produk secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Umkm Di Kota Bima. Pendapat ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan & Pertiwi, 2022) yang mengatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Skincare* Safi.

Selain memperhatikan label pemotongan secara syariah pelanggan tentu saja akan memperhatikan kualitas ayam potong yang akan dikonsumsi. Perhatian terhadap kualitas akan sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian atau minat beli pelanggan. Setiap pelanggan ingin mengkonsumsi daging ayam yang berkualitas dan bermutu hal tersebut menjadikan rasa aman dan nyaman saat mengkonsumsi daging ayam potong tersebut. Kualitas ayam yang bagus tentu saja dapat diperhatikan dengan berbagai cara sebagaimana

ciri-ciri umum dari ayam yang segar dan baik untuk dikonsumsi. Ayam dengan kualitas baik maka tentu saja memberikan dampak yang baik pula pada tubuh selain memberi manfaat sehat banyak kandungan-kandungan ayam yang sangat bermanfaat dalam berbagai macam perkembangan tubuh seperti protein ayam yang tinggi dapat membantu pertumbuhan otot-otot dalam tubuh.

Ayam potong sangat digemari oleh banyak orang untuk dikonsumsi karena dapat diolah sebagai lauk pauk yang lezat dan menyehatkan. Untuk aman dikonsumsi maka perlu dan penting untuk memperhatikan kualitas ayam potong. Pentingnya kualitas diimbangi juga dengan latar belakang pelanggan yang pada umumnya dikonsumsi oleh segala usia. Jika ayam yang dikonsumsi tidak memiliki kualitas dan mutu yang baik maka akan memberi dampak yang berbahaya pada usia-usia tertentu seperti anak-anak dan orang tua.

Berdasarkan latar belakang dan *research gap* diatas, maka penulis berpendapat layak melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong. (Studi Kasus Pada Konsumen Di Pasar Ir. Soekarno Sukoharjo)”**.

2. METODE

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif

pembelian, keputusan pembelian dan perilaku terhadap pembelian (Astuti & Hakim, 2021).“Keputusan pembelian sebagai proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya (Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, 2021).

Keputusan pembelian sangat penting untuk menentukan maju tidaknya suatu perusahaan dimasa yang akan datang. Keberhasilan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat di dukung melalui upaya membangun komunikasi dengan memenuhi kebutuhan yang konsumen inginkan, menciptakan berbagai produk bervariasi serta berbagai produk pilihan itu sendiri dan menciptakan produk yang sebelumnya belum pernah dibutuhkan oleh konsumen.

Berdasarkan pengertian diatas, penulis menyimpulkan bahwa keputusan pembelian yaitu para konsumen bebas memilih sesuai yang ia butuhkan sebagai proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.

2.2. Label halal

Label halal merupakan label yang memberikan informasi kepada konsumen tentang suatu produk yang telah memiliki label bahwa produknya benar-benar baik dan memiliki kandungan nutrisi sehingga produknya aman untuk dikonsumsi (Astuti & Hakim, 2021).Labelisasi

Halal adalah penempatan tulisan atau melakukan instruksi halal ke kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut disebut produk halal karena sifat kehalalan produk yang dikonsumsi sangat penting dan harus benar-benar diperhatikan oleh umat islam (Paramita, Ali, & Dwikoco, 2022).

Label halal merupakan sebuah bentuk labelisasi yang diberikan baik ter sertifikasi maupun tidak ter sertifikasi melalui badan yang berwenang. badan yang berwenang memberi sertifikasi halal di Indonesia adalah MUI. Sedangkan banyak tempat usaha seperti makanan mereka memberikan label halal tanpa melalui sertifikasi halal dari MUI. Hal tersebut terjadi karena apabila akan melakukan sertifikasi umumnya melewati proses yang lama sehingga mereka memberikan sertifikasi sendiri yang diukur berdasarkan cara pengolahan, penyajian dan pemakaian sesuai syariah.

Beberapa tempat pemotongan ayam tentu saja mayoritas pedagang hanya memberikan label halal non MUI yang diberikan sesuai dengan ukuran tatacara syariah. Hal tersebut dirasa pada umumnya sudah cukup dapat dipercaya. Mayoritas konsumen tidak begitu menghiraukan masalah labelisasi halal non MUI mereka hanya bertolak ukur pada label halal yang terpampang pada spanduk tempat pedagang berjualan.

Mayoritas penduduk di Indonesia yang beragama islam membuat hal yang dilabel i dengan syariah akan lebih diterima masyarakat. Begitu juga dengan tempat pemotongan dan juga penjual ayam yang memberi

label syariah sebagai jaminan ayam potong mereka telah melalui metode pemotongan yang sesuai syariah. Ketakutan masyarakat mayoritas mengenai tata cara pemotongan yang tidak sesuai dengan syariah yang akan menjadikan hukum ayam potong yang akan mereka konsumsi tidak halal.

Meskipun tempat yang tidak memberi label juga menggunakan metode yang syariah, masyarakat akan lebih percaya dengan penjual yang memberikan label syariah di tempatnya berjualan. Begitu juga yang terjadi di Pasar Ir. Soekarno. Terdapat beberapa penjual yang memberi label syariah pada lapak jualannya ataupun sudah terpercay oleh para pelanggannya jika metode penyembelihan ayam potong jualannya secara syariah, namun ada juga yang tidak memberikan label syariah.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan untuk menunjukkan bahwa produk tersebut disebut produk halal karena sifat kehalalan produk yang dikonsumsi sangat penting dan harus benar-benar diperhatikan oleh umat islam.

2.3 Kualitas produk

Kualitas produk adalah keadaan dinamis yang terkait dengan manusia, produk, lingkungan, jasa atau layanan yang memenuhi atau melampaui harapan (Paramita, Ali, & Dwikoco, 2022). Kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan

atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya (Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, 2021).

Selain memperhatikan label pemotongan secara syariah pelanggan tentu saja akan memperhatikan kualitas ayam potong yang akan dikonsumsi. Kualitas produk merupakan hal penting yang memang harus dimiliki setiap produk. Kualitas produk memang harus sangat diperhatikan agar konsumen merasakan puas dengan penggunaan sehingga konsumen dapat terus memilih produk yang sama. Kualitas produk yang bagus akan memperkuat konsumen dalam melakukan pembelian pada produk tersebut begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan definisi diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

2.4 Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *label halal* terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Ir. Soekarno.

Label halal merupakan label yang memberikan informasi kepada konsumen tentang suatu produk yang telah memiliki label bahwa produknya benar-benar baik dan memiliki kandungan nutrisi sehingga produknya aman untuk dikonsumsi (Astuti & Hakim, 2021). Labelisasi Halal adalah penempatan tulisan atau melakukan instruksi halal ke

kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut disebut produk halal karena sifat kehalalan produk yang dikonsumsi sangat penting dan harus benar-benar diperhatikan oleh umat Islam (Paramita, Ali, & Dwikoco, 2022).

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Astuti & Hakim, 2021) yang mengatakan bahwa labelisasi halal secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada 212 mart di Kota Medan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis 1 dalam penelitian ini adalah:

H₁: *Label halal* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Ir. Soekarno.

2.5 Pengaruh *kualitas* terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Ir. Soekarno.

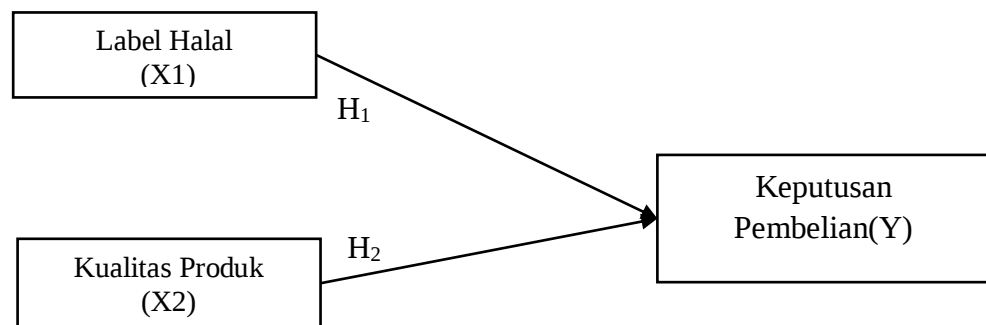
Kualitas produk adalah keadaan dinamis yang terkait dengan manusia, produk, lingkungan, jasa atau layanan yang memenuhi atau melampaui harapan (Paramita, Ali, & Dwikoco, 2022). Kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya (Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, 2021).

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, 2021) yang mengatakan bahwa

kualitas produk secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Umkm Di Kota Bima. Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis 2 dalam penelitian ini adalah:

H₂: *Kualitas produk* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Ir. Soekarno.

Kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah :



2.6 METODE PENELITIAN

Pada skripsi ini menggunakan pendekatan kuantitatif bersifat kausal. Dalam penelitian kuantitatif, kajian pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi-asumsi metodologis, artinya harus digunakan secara induktif sehingga tidak mengarahkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti (Paramita, Ali, & Dwikoco, 2022). Jenis penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari pencantuman label halal dan kualitas terhadap keputusan pembelian ayam potong pada konsumen di pasar Ir. Soekarno. Instrument pengumpulan data yang digunakan

dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner (angket).

Jumlah sampel yang digunakan di penelitian ini sebanyak 100 sampel.

Dalam proses menganalisis data penelitian, peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0. SPSS merupakan singkatan Statistical Product and Service Solution yaitu sebuah aplikasi (*software*) yang digunakan untuk menganalisis data penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Analisis Faktor

Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
Label Halal 1			.866
Label Halal 2			.812
Label Halal 3			.568
Kualitas Produk 1	.857		
Kualitas Produk 2	.805		
Kualitas Produk 3	.653		
Kualitas Produk 4	.592		
Kualitas Produk 5	.762		
Keputusan Pembelian 1		.734	
Keputusan Pembelian 2		.742	
Keputusan Pembelian 3		.636	
Keputusan Pembelian 4		.713	
Keputusan Pembelian 5		.790	

Hasil analisis faktor pada tabel IV.4 diatas menjelaskan bahwa variabel keputusan pembelian, label halal dan kualitas produk memiliki pengukuran yang valid, dengan nilai *loading factor* diatas 0,5 serta mengelompok di setiap komponen.

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Alpha</i>	Keterangan
Label Halal (X ₁)	0,742	0.60	Reliabel
Kualitas Produk (X ₂)	0,846	0.60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,828	0.60	Reliabel

Berdasarkan data tabel di atas, dapat dilihat bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai koefisien reliabilitas yang lebih tinggi daripada *Cronbach's Alpha* yang di syarat kan yaitu sebesar 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah dapat diterima yang berarti kuesioner penelitian ini merupakan kuesioner reliabel atau hasil instrumen ini dapat dipercaya.

Tabel IV.6
Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>	100
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0,790
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,560

Hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov-Test* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 (0,560 > 0,05). Menunjukkan bahwa persamaan regresi untuk model dalam penelitian ini memiliki sebaran data yang normal.

Tabel IV.7
Hasil Uji Multikolinieritas

<i>Model</i>	<i>CollinearityStatistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	
Label Halal (X_1)	0,814	1,229	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Produk (X_2)	0,814	1,229	

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh nilai tolerance variabel label halal (X_1) 0,814 dan variabel kualitas produk (X_2) 0,814 yang semuanya $> 0,10$. Nilai VIF untuk variabel label halal (X_1) 1,229 dan kualitas produk (X_2) 1,229 yang semuanya < 10 . Jadi model regresi pada penelitian ini tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas.

Tabel IV.8
Analisis Regresi Linier Berganda

<i>Model</i>	<i>UnstandardizedCoefficients</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>
(Constant)	7,181	1,946
Label Halal (X_1)	0,445	0,145
Kualitas Produk (X_2)	0,369	0,087

- 1) Nilai konstanta (a) sebesar 7,181 artinya apabila variabel independen yaitu label halal dan kualitas produk nilainya adalah 0 (nol), maka besar nilai konstanta adalah 7,181.
- 2) Koefisien variabel label halal (b_1) dari perhitungan regresi linier berganda nilai *coefficients* (b) = 0,445. Hal ini menunjukkan apabila variabel label halal naik satu satuan, sementara variabel kualitas produk konstan nol atau tetap, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,445.
- 3) Koefisien variabel kualitas produk (b_2) dari perhitungan regresi linier berganda nilai *coefficients* (b) = 0,369. Hal ini menunjukkan

apabila variabel kualitas produk naik satu satuan, sementara variabel label halal konstan nol atau tetap, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,369.

Tabel IV.9

Hasil Ujit

Model	T	Sig.	Keterangan
Label Halal (X_1)	3,081	0,003	H1 diterima
Kualitas Produk (X_2)	4,230	0,000	H2 diterima

Nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($4,230 \leq 1,98$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dapat disimpulkan kualitas produk (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) ayam potong di pasar Ir. Soekarno.

Tabel IV.10

Hasil Uji F

Model	F	Sig.	Keterangan
<i>Regression Residual Total</i>	23,742	0,000	H0 ditolak

Sumber: Data diolah 2022 (Lihat Lampiran)

Hasil analisis data yang telah didapatkan, maka dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 23,742, dikarenakan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23,742 > 3,09$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan H_3 diterima, artinya label halal (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) ayam potong di pasar Ir. Soekarno.

Tabel IV.11

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square
0,573	0,329	0,315

Berdasarkan hasil analisis di atas maka diperoleh nilai R Square sebesar 0,329 atau 32,9%. Determinasi atau sumbangan label halal (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) ayam potong di pasar Ir. Soekarno sebesar 32,9%. Sisanya sumbangan variabel-variabel lain hanya sebesar 67,1% seperti kualitas pelayanan, lokasi, harga lain-lain.

3 PEMBAHASAN

Pengaruh label halal (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) ayam potong di pasar Ir. Soekarno

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (3,081 $\geq$ 1.98) dan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan label halal (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) ayam potong di pasar Ir. Soekarno.

Hal ini disebabkan karena rata-rata pembeli yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang beragama islam (muslim), maka mereka sangat memperhatikan tingkat kehalalan dari produk- produk yang akan mereka konsumsi.

Pendapat ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Astuti & Hakim, 2021) yang mengatakan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada 212 mart di kota medan.

Pengaruh kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) ayam potong di pasar Ir. Soekarno.

Berdasarkan analisis uji t diperoleh hasil nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (4,230 $\leq$ 1.98) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dapat disimpulkan kualitas produk (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) ayam potong di pasar Ir. Soekarno.

Hal ini disebabkan karena kualitas produk yang dijual oleh para pedagang ayam di pasar Ir. Soekarno terkenal baik, ditandai dengan kesegaran ayam potong yang dijual sampai dengan tingkat kebersihan alat serta fasilitas dagangan mereka.

Pendapat ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Paramita, Ali, & Dwikoco, 2022) yang mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan analisis uji F diperoleh hasil nilai F_{hitung} adalah sebesar 23,742, dikarenakan $F_{hitung} > F_{tabel}$ (23,742 $>$ 3.09) dan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan H_3 diterima, artinya label halal (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) ayam potong di pasar Ir. Soekarno.

4. PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 100 yang merupakan pembeli ayam potong di pasar Ir. Soekarno, dengan pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden, dapat ditarik kesimpulan bahwa label halal dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, D. N., & Fikriyah, K. (2021). Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4, 215-229.
- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan. *At-Tawassuth*, 2, 122-145.
- Aliyah, H. A., & Istiyanto, B. (2022). Service Quality, Product Quality, Price and Brand Image on Customer Satisfaction of Boyolali Noni Juice Drinks During a Pandemic. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9, 130-135.
- Anisya, R., Wijayanti, R., & Efendi, B. (2020). Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aice (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNSIQ Jawa Tengah Di Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2, 98-105.
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4, 1-10.
- Bara, A., & Nasution, R. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM*, 227-248.
- Fajritami, K. N., & Utomo, H. J. (2020). Keputusan Pembelian Ditinjau Kualitas Produk, Label Halal Dan Brand Image. *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, dan Kebijakan*, 18-34.

- Gunawan, D., & Pertiwi, A. D. (2022). Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8, 815-824.
- Imamuddin, M., Syahrul, & Dantes, R. (2020). Pengaruh Label Halal Dimoderasi Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Oleh Mahasiswa PTKIN Se-Sumatera Barat. *Kabilah: Journal of Social Community*, 5, 14-25.
- Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, I. (2021).
- Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Di Kota Bima. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2, 161-166.
- Istiatin, & Mursito, B. (2019). *Metodologi Penelitian*. Surakarta: Islam Batik University UNIBA PRESS.
- Kotler, & Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Maryam, S. (2015). *Statistik Induktif*. Surakarta: Islam Batik University UNIBA PRESS.
- Mu'tashim, M. I., & Slamet, A. S. (2019). The Effect of Product Quality and Service Quality on Costumer Satisfaction (A Case Study of Coffee Shops in Bogor City). *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, Vol.10 No.2, Hal.118-132.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3, 660-669.
- Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk PT.HNI HPAI). *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 1, 399-413.
- Taufik. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3, 96–102.
- Thousani, H. F., Azis, A., & Syafitri, E. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Study Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8, 86 – 92.
- Tjiptono. (2017). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Utami, R. P., & Irawati, W. (2022). Pengaruh Harga, Label Halal, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal HNI-HPAI (Studi Kasus Pada Stokis Center Hni-Hpai Dusun Kanigoro, Desa Puton, Diwek,

Jombang). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 4, 371-383.