

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

**PENGARUH LABEL HALAL, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN RINGAN IMPOR  
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Meraih  
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

**SRI REZEKI**

**NIM: 501180056**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN THAHA SAIFUDDIN  
JAMBI  
2022 M/ 1443 H**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sri Rezeki  
NIM : 501180056  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul: **“PENGARUH LABEL HALAL, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN RINGAN IMPOR PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jambi, Mei 2022  
Yang menyatakan,



Sri Rezeki  
501180056

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

Pembimbing I : Efni Anita, M.E.Sy  
Pembimbing II : Nur Fitri Martalia, M.E.K  
Alamat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi  
Jalan Arif Rahman Hakim No. 1 Telanaipura Jambi 36122  
Website : <https://febi.uinjambi.ac.id>

Jambi, Mei 2022

Kepada Yth,  
Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi  
Di-  
Jambi

**NOTA DINAS**

*Assalamu'alaikum. Warahmatullahi Wabarakatuh*

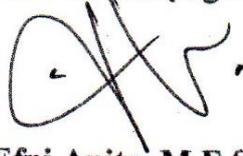
Setelah membaca dan melakukan perbaikan seperlunya, maka skripsi saudara Sri Rezeki yang berjudul "**Pengaruh Label Halal, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi**" telah disetujui dan dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi syarat-syarat memperoleh gelar sarjana (S.1) dalam ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Demikianlah kami ucapkan terima kasih semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, nusa dan bangsa.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yang Menyatakan,

Dosen Pembimbing I



**Efni Anita, M.E.Sy**

**NIP. 198607172015032004**

Dosen Pembimbing II



**Nurfitri Martalia, M.E.K**

**NIP : 199104202020122015**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Arif Rahman Hakim No.1 Telanaipura Jambi 36122 Telp./Fax: (0741) 65600 Website: febi-iainstsjambi.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : B-12/D.V/PP.00.2/06/2022

Skripsi dengan judul “Pengaruh label halal, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian makanan ringan impor pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri sultan thaha saifuddin jambi” yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Sri Rezeki

NIM : 501180056

Tanggal ujian skripsi : 03 Juni 2022

Nilai munaqasyah : 77,32 (B+)

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sarjana Strata Satu (S.1) UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Tim Munaqasyah/Tim Penguji  
Ketua Sidang

**Ambok Pangiuk, M.SI**  
NIP. 19750829 200501 1 005

Penguji I

**Dr. Elyanti Rosmaniar, M.SI**  
NIP. 19790902 200710 2 001

Penguji II

**Mohammad Orinaldi, SE., M.S.Ak**  
NIP. 19711201 200312 1 002

Dosen Pembimbing I

**Efni Anita, SE., M.E.Sy**  
NIP. 19860717 201503 2 004

Dosen Pembimbing II

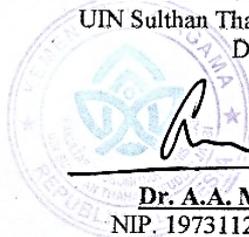
**Nurfitri Martaliah, M.E.K**  
NIP. 19910420 202012 2 015

Sekretaris Sidang

**Fauzan Ramli, M.E**  
NIP. 2011129302

Jambi, 03 Juni 2022  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi  
Dekan

**Dr. A.A. Miffah, M.Ag**  
NIP. 19731125 199603 1 001



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## MOTTO

يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ □, وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا ه □  
فَمَنْ

Artinya: “Maka barangsiapa mengerjakan kebaikan seberat zarrah, niscaya dia akan melihat (balasan)nya, dan barangsiapa mengerjakan kejahatan seberat zarrah, niscaya dia akan melihat (balasan)nya” (Q.S Al-Zalzalah: 7, 8)<sup>1</sup>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftaha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftaha Jambi

State Islamic University of Suftahan Thaha Saifuddin Jambi

## PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmannirrahim

Puji syukur kepada Allah Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya dan atas karunia-Nya lah akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Tidak lupa Sholawat dan salam selalu dilimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliah hingga menuju zaman dengan berbagai ilmu pengetahuan.

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk orang tuaku yang sangat ku hormati, cintai, dan sayangi Ayahandaku (Suparman) dan Ibundaku (Dra. Zaharah, M.Pd). Sebagai tanda bakti, hormat, dan tanda terima kasih yang tiada terhingga. Terima kasih untuk semua dukungan, motivasi, kasih sayang, selalu mendoakanku, menasehatiku agar menjadi pribadi yang lebih baik dan tidak mungkin dapat ku balas. Terimakasih keluarga besar ku terutama buat suamiku (Ns. Adiar Bendi, S.Kep), anakku dan kakak tersayang (Ns. Eka Desi Rahmasari, S.Kep) dan adik (Rahmi Soleha) terima kasih yang selalu memberi semangat, motivasi dan memberikan dorongan yang besar serta menjadi contoh baik bagiku dalam menyelesaikan skripsi ini.

Untuk Dosen pembimbing yang selalu memberikan bantuan dan bimbingan yang tiada batasnya diberikan oleh ibu Efni Anita, M.E.Sy selaku Pembimbing I dan ibu Nurfitri Martaliah, M.E.K selaku pembimbing II, terimakasih atas bimbingannya selama ini.

Dan terima kasih untuk teman-teman seperjuanganku khususnya lokal B dan teman-teman dari ekonomi syariah angkatan 2018 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah berbagi keceriaan, suka dan duka dalam menimba ilmu. Tiada hari yang berkesan tanpa kalian semua semoga kita semua selalu dalam lindungan dan ridho Allah Subhanahu Wata'ala.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunta Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunta Jambi

## ABSTRACT

This study reveals the effect of halal labels, prices, and promotions on purchasing decisions of imported snacks for students of the Islamic Economics and Business Faculty, Sultan Thaha Saifuddin State Islamic University, Jambi. The purpose of this study was to determine the effect of halal labels, prices, and promotions on purchasing decisions of imported snack products. This study used a descriptive quantitative approach with a questionnaire data collection method (online questionnaire) using Google form. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Islamic Business, Sultan Thaha Saifuddin State Islamic University, Jambi, and the sample of this research taken with the Slovin formula were 100 students met during the study was conducted. The data obtained in this study were analyzed by using multiple linear regression analysis with the SPSS 25 program. The result of this study indicates that the calculated F value of 23,449 is bigger than the F table of 2.31, which means that there is an influence simultaneously happens on the halal label (X1), price (X2), and promotion (X3) on purchasing decisions (Y). Partially, it can be seen that the independent variables affect the purchasing decisions, which are the halal label variable (X1), the price (X2), and Promotion (X3) bigger than t table 1,985 so all variables partially influence the decision purchase (Y).

**Keywords: Halal Label, Price, Promotion, Buying decision**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## ABSTRAK

Penelitian ini mengungkapkan pengaruh label halal, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label halal, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data angket (kuesioner online) menggunakan *google form*. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi dan sampel sebagai responden penelitian diambil menggunakan dengan rumus slovin yaitu 100 mahasiswa yang ditemui pada saat penelitian. Data yang diperoleh penelitian ini dianalisa menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 23.449 lebih besar dari F tabel 2,31, yang berarti secara simultan terdapat pengaruh pada label halal (X1), harga (X2) dan promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Secara parsial variabel label halal (X1), harga (X2) dan Promosi (X3) lebih besar dari t tabel 1,985 maka variabel berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

**Kata Kunci : Label Halal, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian**

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi

@ Hak cipta milik INSISTEJOJ



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN  
J A M B I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobil'alamin, segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul Pengaruh Label Halal, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Ringan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Shalawat dan salam semoga tetap senantiasa dilimpahkan kepada junjungan kita Rasulullah SAW.

Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan segala pihak, terutama bantuan serta bimbingan yang telah diberikan ibu Efni Anita, M.E.Sy selaku pembimbing I dan ibu Nurfitri Martaliah, M.E.K selaku pembimbing II, terima kasih atas arahan dan bimbingannya semoga Allah senantiasa membalas kebaikannya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimah kasih kepada:

1. Dr. A A Miftah, S.Ag, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
2. Dr Rafidah, S.E, M.EI selaku Wakil Dekan 1, Titin Agustin Nengsih, S.Si., M.Si.,Ph. D, Selaku Wakil Dekan II, dan Dr. Sucipto, S.Ag, M.A selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ambok Pangiuk, S.Ag, M.SI dan Dr. Elyanti Rosmanidar, S.E., M.Si, selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Sulthan Thaha Saaifuddin Jambi.
4. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan materi perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



5. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
6. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.

Disamping itu, Disadari juga bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh Karenanya diharapkan kepada semua pihak untuk dapat memberikan kontribusi pemikiran demi memperbaiki skripsi ini. Kepada Allah SWT. kita memohon ampunan-Nya dan kepada manusia kita memohon kemanfaatannya. Semoga amal kebajikan kita seimbang oleh Allah SWT.

Jambi, Mei 2022  
Penulis

Sri Rezeki  
501180056

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthan Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Jambi



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11
G. Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN</b>	
A. Kajian Pustaka.....	31
B. Studi Relevan.....	40
C. Kerangka Pemikiran.....	45
D. Hipotesis Penelitian.....	48
E. Hipotesis Statistik.....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Objek Penelitian.....	50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi



B. Jenis Penelitian.....	51
C. Jenis dan Sumber data.....	52
D. Populasi dan Sampel.....	55
E. Teknik Pengumpulan data.....	56
F. Defenisi Operasional Variabel.....	60
G. Metode Analisis Data.....	63

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	65
B. Hasil Penelitian.....	70
C. Pembahasan hasil Penelitian.....	73
D. Pengujian Hasil dan pengujian Data.....	76
E. Analisis Hasil Penelitian.....	78

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	81

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

#### **CURRICULUM VITAE**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perkembangan Impor Menurut Makanan Olahan .....	2
Tabel 2 Daftar Harga Makanan Ringan Impor di Pasaran.....	5
Tabel 3 Makanan Ringan Impor Telah Berlabel Halal.....	7
Tabel 4 Studi Relevan.....	39
Tabel 5 Skala Likert.....	47
Tabel 6 Definisi Operasional Variabel.....	48

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 2. Balai Kerajinan Rakyat.....	44
Gambar 3. Struktur Organisasi Balai Kerajinan Rakyat.....	45
Gambar 4. Kurva Normal Probability Plot.....	51
Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	53

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia negara mayoritas penduduk beragama Islam terbesar di Asia Tenggara yaitu sebesar 207.176.162,<sup>2</sup> bagi umat muslim kehalalan suatu produk wajib hukumnya, apa lagi untuk produk makanan cepat saji, seluruh umat islam mengharuskan dan mewajibkan halal produk tersebut dalam segi bahan, pengelolaannya, dan penyajian atau pengemasan semua harus sesuai standar halal. Jumlah penduduk yang banyak tersebut juga merupakan pasar potensial bagi berbagai produsen barang dan jasa termasuk produsen kuliner. Akibat dari kemajuan teknologi pangan yang baik membuat berbagai pengusaha kuliner berlomba-lomba menciptakan inovasi makanan ringan yang enak dan dapat dinikmati berbagai kalangan. Makanan ringan merupakan produk yang diolah oleh pengusaha kuliner yang disajikan sebagai makanan siap santap dan dipasarkan yang dapat langsung dimakan atau dikonsumsi tanpa pengolahan atau persiapan lebih lanjut<sup>3</sup>.

Makanan tersebut tidak hanya datang dari Indonesia saja melainkan dari berbagai negara. Makanan yang datang serta di produksi dari luar negeri dan masuk ke Indonesia disebut dengan makanan impor. Impor artinya kegiatan perdagangan dengan cara memasukkan barang berasal luar negeri ke wilayah pabean Indonesia menggunakan ketentuan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.<sup>4</sup> Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) barang-barang pada sektor makanan impor terus mengalami kenaikan sebesar 58,21% dan termasuk kenaikan pada impor makanan ringan seperti makanan pada kemasan, biskuit, mie, minuman kaleng serta jenis coklat.

<sup>2</sup> [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)

<sup>3</sup> Indonesia, Kementerian Kesehatan. *Pedoman persyaratan hygiene sanitasi makanan jajanan* (Jakarta: Kementerian Kesehatan RI, 2003). Halaman: 167

<sup>4</sup> Tanjung, Marolop. *Aspek dan Prosedur Ekspor Impor*, (Jakarta, 2011). Halaman: 379

**Tabel 1**  
**Perkembangan Impor Menurut Makanan Olahan**  
**2016-2021**

No	Uraian	2016	2017	2018	2019	2020	Trend(%) 2016 - 2020	Perub.(%) 2020/2019	Peran. (%) 2020	2020	2021	Perub.(%) 2021/2020	Peran. (%) 2020
	BARANG KONSUMSI	12,317.5	14,075.0	17,181.4	16,454.0	14,655.7	5.17	-10.93	10.35	11,638.8	15,690.9	34.82	10.11
1	Makanan dan Minuman (Olahan) Untuk Rumah Tangga	2,965.0	2,804.3	4,125.7	3,347.1	3,047.3	2.34	-8.96	2.20	2,424.8	3,190.4	31.57	2.10
2	Barang Konsumsi Setengah Tahan Lama	2,229.8	2,856.4	3,584.1	3,814.5	3,227.1	10.83	-15.40	2.30	2,555.8	2,883.7	12.83	1.90
3	Barang Konsumsi Tidak Tahan Lama	2,154.3	2,517.7	3,087.1	2,811.0	2,642.3	5.32	-6.00	1.90	2,140.3	4,565.0	113.29	2.90
4	Makanan dan Minuman (Belum Diolah) Untuk Rumah Tangga	1,756.6	2,272.8	2,330.6	2,490.6	2,344.9	6.92	-5.85	1.70	1,778.1	2,153.9	21.13	1.40
5	Barang Konsumsi Tahan Lama	1,209.0	1,433.3	1,918.5	2,015.7	1,730.3	11.16	-14.16	1.20	1,370.9	1,743.6	27.19	1.10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

Sumber: BPS, Kementerian Perdagangan

Maraknya makanan kemasan impor yang telah masuk ke Indonesia menimbulkan keresahan bagi konsumen muslim karena produk impor merupakan produk yang diciptakan, diolah dan disajikan dari pengusaha dan pekerja yang belum tentu seorang muslim atau tidak mengerti tentang tata cara dalam Islam untuk menyajikan makanan. Informasi pada kemasan produk makanan impor juga hanya menggunakan bahasa asing yang tidak disertai bahasa Indonesia, sehingga konsumen tidak mengetahui komposisi dan kehalalan produk makanan tersebut.

Makanan yang dikatakan halal oleh umat muslim dilihat dari berbagai aspek seperti bahan bakunya, cara pengolahannya, serta pengemasannya, semua harus halal dan tidak ada satupun unsur yang membuat makanan tersebut menjadi haram. Meskipun masing-masing konsumen muslim memiliki kepatuhan terhadap syariah yang berbeda tergantung tingkat religiusitas mereka namun secara umum konsumen muslim memiliki sikap yang positif terhadap produk yang menggunakan label halal pada kemasan makanan mereka.<sup>5</sup> Menurut Islam, mengkonsumsi yang halal merupakan perintah agama dan hukumnya adalah wajib. Sesuai dengan firman Allah SWT sebagai berikut:

6

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya :“Hai sekalian manusia! Makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu” (Q.S. Al-Baqarah [2]:168).<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Ahmad Izzuddin, *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal*, (Jurnal Penelitian Ipteks Vol. 32 No. 2 Juli 2018), Halaman: 101

<sup>6</sup> Majelis Ulama Indonesia, *Himpunan Fatwa majelis ulama Indonesia*, (Jakarta: Majelis Ulama Indonesia, 2010), Halaman: 9-10

<sup>7</sup> Departemen Agama RI, *Alqur'an Dan Terjemahnya*, Halaman: 32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Pentingnya mengkonsumsi produk halal harus disertai dengan perilaku masing-masing konsumen agar lebih selektif dengan produk yang akan di konsumsi. Namun tidak jarang beberapa konsumen kurang teliti dan tidak terlalu memperhatikan sisi kehalalan suatu produk makanan ringan impor karena kurangnya edukasi terhadap suatu makanan halal dan langsung memutuskan membeli produk tersebut tanpa memperhatikan komposisi dan label halal produk tersebut. Padahal poin penting dari apa yang kita konsumsi haruslah terjamin kehalalan dan keamanan pangannya agar kita dapat berkah dari makanan tersebut dan tidak menimbulkan penyakit di kemudian hari.

Oleh karena itu untuk melindungi konsumen muslim di Indonesia maka dibentuk LPPOM-MUI yang bertugas mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberi sertifikat halal, sehingga produk yang sudah bersertifikat halal dapat memberi label halal pada kemasan produknya.<sup>8</sup> Produk apapun yang akan masuk ke Indonesia harus dan wajib memiliki sertifikat halal agar dapat di konsumsi masyarakat. Sertifikasi halal merupakan tanda kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh badan resmi yang yakni Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui LPPOM MUI dan Komisi Fatwa.

Sertifikat dan label habel ini bermula ketika Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18, 2012 tentang Peraturan Pemerintah dan Pangan Republik Indonesia No. 69 tahun 1999 tentang label halal dan iklan produk tidak harus memiliki sertifikasi dan label halal pada produknya serta tidak menjadi kewajiban sebagai syarat bisnis, sedangkan mayoritas agama di Indonesia adalah Islam. Oleh karenanya UU No. 33 tahun 2014 memberikan hukum untuk berkewajiban memiliki sertifikasi dan memberikan label halal pada setiap produk makanan impor yang beredar,<sup>9</sup> selain harus berlabel halal

<sup>8</sup> PPIH, P. P. "Daftar Belanja Produk Halal", (Jakarta: LPPOM-MUI 2009). Halaman: 2

<sup>9</sup> Rega Juliver Triwahyudi Pangaribuan, *Analisis Yuridis Pemberianlabel Halal Terhadap Produk Makanan Yang Beredar Di Pasaran Mahasiswa Program Studi Ilmu Hukum*, (Universitas Putera Batam) Halaman: 9

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

terdapat variabel lain yang akan mempengaruhi suatu keputusan pembelian konsumen yaitu harga produk tersebut.<sup>10</sup>

Harga merupakan suatu penentu yang sangat diperhatikan konsumen saat akan membeli suatu barang atau jasa karena konsumen dalam membeli produk barang atau jasa tentunya akan mempertimbangkan produk yang sesuai kebutuhan, keinginan dan *budget* yang dimiliki. Bila produk yang hendak dibeli merupakan kebutuhan pokok seperti makanan dan minuman, maka konsumen akan sangat memperhatikan harganya.<sup>11</sup>

Harga juga dianggap konsumen sebagai patokan baik atau tidaknya kualitas suatu produk, ada konsumen yang mementingkan kualitas atau manfaat dari produk yang dibelinya namun ada juga konsumen yang mempertimbangkan harga murah, padahal harga terkadang tidak menjadi patokan suatu barang atau produk tersebut memiliki kualitas baik atau buruk. Harga dipengaruhi oleh keadaan perekonomian suatu daerah atau negara, permintaan dan penawaran, elastisitas permintaan, persaingan pasar, biaya produksi, tujuan perusahaan dan pengawasan dari pemerintah suatu negara. Produk atau barang-barang impor pun harganya disesuaikan dengan harga di Indonesia hanya saja produk impor harus membayar biaya atau ongkos kirim dari negara nya ke Indonesia dan di tambah lagi dengan biaya pajak Indonesia. Berikut daftar harga produk makanan ringan impor yang dijual-belian dipasaran Indonesia:

**Tabel 2**  
**Daftar Harga Makanan Ringan Impor**

No	Nama Produk	Harga/ Isi
1.	Mogu-Mogu	Rp. 10.200/ 100 ml
2.	Nutella Bar	Rp. 9.200/ 22 g
3.	Olatte	Rp. 10.700/ 240 ml
4.	Pocky	Rp. 8.900/ 47 g
5.	Red Buld	Rp. 9.500/ 250 ml

<sup>10</sup> Burhanuddin, Susanto, *Pemikiran Hukum: Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), Halaman: 140

<sup>11</sup> Tri Puji Astuti, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ips Fitk Uin Syarif Hidayatullah Jakarta)*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018). Halaman: 8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

6.	Samyang Noodle	Rp. 20.800/ 140 g
7.	Shin Ramen	Rp. 13.800/ 120 g
8.	Strepsil	Rp. 16.500/ 20,8 g
9.	Tao Kae Ngi Rumput Laut	Rp. 5.300/ 3,2 g

Sumber: <https://alfamart.co.id>

Pemilik usaha kuliner dalam memasarkan produk agar dapat laku dan dikenali oleh konsumen juga melakukan promosi. Promosi merupakan cara untuk meningkatkan penjualan atau memperkenalkan suatu produk kepada konsumen. Dengan adanya promosi maka konsumen tereduksi suatu produk secara detail mulai dari kelebihan dan kekurangan, harga dan keuntungan jika membeli produk makanan tersebut. Semakin banyak masyarakat tereduksi produk makanan ringan impor maka semakin banyak potensi konsumen yang membeli produk makanan itu tentu akan berimbas kepada keuntungan dari pengusaha produk makanan ringan impor tersebut.<sup>12</sup>

Promosi yang dilakukan para perusahaan berbeda-beda mereka dengan kreatif memperkenalkan dan mengiklankan produk mereka agar banyak konsumen yang tertarik untuk membelinya. Teknologi saat ini menjadi peranan yang penting dalam promosi. Karena kecanggihan teknologi dan semua kalangan telah dengan mudah mendapatkan informasi dari berbagai negara dengan *smartphone* dan internet membuat para produsen tidak terlalu mengeluarkan uang atau modal yang banyak, mereka cukup membuat brosur atau iklan menarik dan disebar di sosial media semua kalangan akan dapat melihat promosi produknya. Dengan promosi melalui teknologi ini juga selain mengurangi modal produsen tetapi juga mempermudah konsumen untuk mengetahui produk tersebut dan dapat menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk keputusan pembeliannya.

Terkadang konsumen merasa kecewa dengan promosi dan ekspektasi yang diberikan produsen dalam iklan tidak sesuai atau bahkan lebih buruk dari harapan konsumen, karena produsen mengiklankan produk bertentangan dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>12</sup> Heindjrachman Ranupandojo, *Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1990), Halaman: 7



kondisi barang yang ditawarkan dengan ekspektasi yang tinggi dan harga cenderung murah membuat banyak konsumen tertarik namun pada kenyataannya produk tersebut kualitasnya dibawah produk yang produsen iklankan, dengan tindakan yang demikian membuat promosi yang berlebihan terhadap suatu barang justru akan menyebabkan reputasi pedagang menurun sehingga barang apapun yang dipromosikan pada masa mendatang akan menjadi berkurang nilainya dihadapan calon pembeli.<sup>13</sup>

Banyak jenis produk makanan ringan impor seperti mie, coklat, keripik dan lain sebagainya yang diimpor dari luar negeri, semua makanan ringan tersebut rata-rata telah memiliki label halal dan telah bersertifikat aman dari LB POM Indonesia, berikut adalah makanan ringan impor yang digemari mahasiswa serta telah berlabel halal.

**Tabel 3**  
**Makanan Ringan Impor Telah Berlabel Halal**

Gambar	Nama Produk	Asal Negara	Diimpor PT
	Mogu-Mogu	Thailand	PT. Sappe Indonesia
	Nutella	Australia	PT. Ferro Conpectoionery
	Olatte	Korea	PT. Heonz Royal Jaya
	Pocky	Jepang	PT. Glico Indonesia
	Red Buld	Austria	PT. LSHR Jakarta
	Samyang Noodle	Korea	PT. Heonz Royal Jaya
	Shin Ramen	Korea	PT. Sukanda Djaya
	Strepsil	Thailand	PT. Reckitt Benckiser Trading
	Tao Kae Ngi	Thailand	PT. Nirwana Lestari

Sasaran penjualan dari produk impor ini merupakan kalangan muda yang rasa penasarannya tinggi terhadap suatu *trend* dan akan membeli apapun yang menarik perhatiannya, salah satu kalangan muda tersebut ialah mahasiswa.

<sup>13</sup> Mochamad Novi Rifa'i. *Promosi Makanan Halal*, Vol. 3, No.1, Februari 2018. Halaman:

Mahasiswa merupakan remaja rentang usia 18 sampai 25 tahun,<sup>14</sup> yang sering membeli makanan impor. Mahasiswa merupakan peserta didik pada jenjang perguruan tinggi baik negeri, swasta atau lembaga setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelegualitas yang tinggi, kecerdasan berfikir dan perencanaan dalam bertindak<sup>15</sup>.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam Universitas islam negeri sultan thaha saifuddin merupakan peserta didik yang berkemampuan akademik atau profesional yang inovatif serta memiliki jiwa Islamic entrepreneurship. Dalam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi terdapat empat jurusan diantaranya:

**Tabel 4**  
**Daftar jumlah mahasiswa FEBI UIN Jambi**

No.	Jurusan	Jumlah mahasiswa	Gelar
1.	Ekonomi Syariah	1.226	S.E
2.	Manajemen Keuangan Syariah	1.791	S.E
3.	Perbankan Syariah	301	S.E
4.	Akuntansi Syariah	432	S. Akun
Jumlah Mahasiswa		3.750	Mahasiswa

Sumber: Akademik FEBI

Dari mahasiswa yang menjadi sampel responden beberapa menyebutkan makanan yang sering dibeli alfamart atau indomaret. Pada proses pengambilan keputusan konsumen, dampak situasi konsumen akan memberikan hasil akhir yang berbeda buat masing-masing konsumen. Tahapan pencarian informasi ditentukan oleh kebutuhan konsumen terhadap produk yang dicarinya. Pengambilan keputusan konsumen adalah salah satu aspek penting bagi pemasaran karena menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian atau tidak melakukan pembelian atas keputusan yang konsumen tetapkan. Keputusan konsumen berkaitan dengan informasi yang dimiliki konsumen dan

<sup>14</sup>Tri Puji Astuti, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ips Fitk Uin Syarif Hidayatullah Jakarta)*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018). Halaman: 2

<sup>15</sup> Papilaya dan huliselan. *Identifikasi gaya belajar mahasiswa*. Jurnal Psikologi Undip, 5(1),2016. Halaman 63

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

berbagai faktor yang dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen tentang produk yang akan dibelinya.<sup>16</sup>

Dalam wawancara pada penelitian ini beberapa mahasiswa menjawab seringkali membeli produk makanan impor dikarenakan hanya untuk gaya hidup, mereka tertarik untuk membeli produk makanan impor karena melihat berbagai iklan dan *review* dari *youtubers*, ada juga yang melakukan pembelian produk makanan impor karena sekedar mencoba makanan tersebut karena sedang trending, Karena kurangnya edukasi terhadap makanan halal membuat konsumen langsung memutuskan membeli produk impor tersebut tanpa memperhatikan label halal dan komposisi dari produk tersebut.

Selain label halalnya konsumen juga kurang memperhatikan harga karena ada sebagian mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam yang bekerja atau berjualan sambil kuliah, membuat harga makanan ringan impor tersebut tidak terlalu mahal bagi mereka karena ekspetasi mahasiswa atau konsumen terhadap makanan ringan impor tersebut memiliki kualitas produk yang baik menjadikan harga yang diberikan produk makanan ringan impor tersebut termasuk pas atau tidak terlalu mahal bagi sebagian konsumen tersebut.

Padahal poin penting dalam mengkonsumsi suatu makanan haruslah di dasari dengan halalnya produk tersebut karena apa kita konsumsi akan menjadi darah daging dan energi kita, dan makanan halal juga terjamin berkah dari makanan tersebut agar tidak menimbulkan penyakit di kemudian hari. selain itu dalam pengambilan keputusan pembelian harusnya mempertimbangkan harganya, karena jika harga produk tersebut terlalu tinggi atau mahal maka itu termasuk melakukan hal yang boros dan boros tidak dibenarkan dalam islam, ketentuan untuk tidak melaukkn hal yang boros terkandung dalam surah Al-Isra ayat 27 yang berbunyi:

إِنَّ الْمُبَدَّرَ يَنْ أَكَلُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَ كَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

<sup>16</sup> Wardhani, Sumarwan, Yuliati, *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, Vol VI, No 1, April 2015. Halaman: 46

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”<sup>17</sup>

Dalam penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Fitria Vega Sylvania Mujiono tahun 2018 dengan judul Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Pendapatan Dan Harga Produk Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor, lokasi penelitian di Universitas Brawijaya dan sampel yang diarahkan adalah 100 mahasiswa angkatan tahun 2014 hingga 2017. Penelitian tersebut diolah menggunakan SPSS 21 dan menghasilkan bahwa secara parsial semua variabel bebas (Labelisasi halal (X1), Pendapatan (X2) dan Harga produk(X3)) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap preferensi konsumen dalam keputusan pembelian produk makanan impor (Variabel terikat (Y)).

Sedangkan penelitian ini memiliki variabel bebas seperti Label Halal (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) terhadap Keputusan Pembelian Makanan Ringan Impor sebagai Variabel terikat (Y), dengan lokasi yang akan diteliti adalah Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi dan sampel yang akan diambil 100 mahasiswa dari angkatan 2018 sampai 2021. Penelitian ini diolah menggunakan SPSS 25.

Konsumen diharapkan memahami pentingnya mengkonsumsi produk halal diikuti dengan perilaku agar lebih selektif menentukan produk yang akan dikonsumsi. Selain harus memperhatikan apakah produk tersebut halal dengan memperhatikan label halal pada kemasan, harga produknya, dan promosi atau iklan dari produk tersebut. Maka dari itu penulis tertarik untuk mencari data kongkrit dan dapat dipertanggungjawabkan dengan bukti ilmiah. Berdasarkan latar belakang di atas penulis selaku peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Label Halal, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi**”.

## B. Identifikasi Masalah

<sup>17</sup> Departemen Agama RI, *Alqur'an Dan Terjemahnya*, Halaman: 32



2. Fokus penelitian ini adalah pada variabel-variabel pengaruh yang telah di pilih penulis terhadap keputusan mahasiswa dalam pengambilan keputusan pembelian produk makanan ringan impor.
3. Data penelitian ini diambil dengan menggunakan link kuisisioner google form yang populasinya dijadikan sampel penelitian adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2018,2019,2020,2021 Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
4. Penelitian ini dilakukan di Universitas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

#### D. Rumusan Masalah

Dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini diambil berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan adalah sebagai berikut:

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi secara parsial?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi secara parsial?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi secara parsial?
4. Apakah variabel label halal, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



## E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjabaran yang dipaparkan dalam rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh dari label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi secara parsial.
2. Mengetahui pengaruh harga adap keputusan pembelian produk makanan ringan impor pada siswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi secara parsial.
3. Mengetahui seberapa signifikan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
4. Mengetahui dari variabel label halal, harga dan promosi akan mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan ringan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi secara simultan.

## F. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang akan dilakukan diharapkan akan memberikan manfaat teoritis ataupun manfaat praktis.

### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian yang dilakukan dapat memberi manfaat sebagai sumber referensi khususnya bagi pengembangan ilmu ekonomi serta memberikan informasi teoritis dan empiris kepada pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan yang diangkat dan menjadi sumber pustaka yang ada.

### 2. Manfaat Praktis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

#### a. Manfaat bagi Pemerintah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan bagi pemerintah agar memberi label halal pada makanan ringan impor, menetapkan harga yang sesuai dan dapat dijangkau masyarakat serta promosi yang baik pada produk makanan ringan impor.

#### b. Manfaat bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan sebagai pemberi informasi kepada masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim agar dapat mengonsumsi makanan yang terjamin kehalalannya serta mempertimbangkan harga yang lebih terjangkau sesuai kebutuhan serta keinginan agar tidak timpang dengan pendapatan dan lebih mengenal produk makanan ringan impor yang akan dikonsumsi dengan melihat dari iklan dan penilaian pembeli lain sebelum melakukan keputusan pembelian.

#### c. Manfaat bagi akademis

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat dijadikan sebagai referensi agar menjadi pemahaman mengenai label halal, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor.

#### d. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini digunakan penulis sebagai syarat akademis menyelesaikan studi strata satu (S1) pada jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

### C. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memberikan gambaran sehingga terlihat kesinambungan antara bab satu dan bab lainnya. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

## BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini memaparkan latar belakang masalah sehingga dapat menjadi objek penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Dalam bab ini memaparkan kajian pustaka, studi relevan, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian statistik.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini memaparkan objek penelitian, jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini membahas tentang inti dari penelitian yang dilakukan, data yang dihasilkan berdasarkan analisis data dan pembahasan. Bab ini terdiri dari data-data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan alat analisis yaitu kuisioner yang diisi melalui google form dan diolah melalui SPSS.

## **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini membahas hasil penelitian yang berisi tentang kesimpulan, saran yang direkomendasikan kepada pihak yang akan melanjutkan penelitian ini serta penulis mengungkapkan keterbatasan penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## B. ---

### KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA

### KIRAN DAN HIPOTESIS

## PENI

### A. Kajian Pustaka

#### 1. Teori Ekonomi Islam

Ekonomi merupakan ilmu yang mempelajari tentang perilaku konsumen dan produsen serta menentukan harga pasar dan kuantitas barang dan jasa. Ekonomi mempengaruhi pengambilan keputusan dalam hal penawaran dan permintaan barang atau jasa. Teori dasar yang mendasari lahirnya ilmu ekonomi adalah kelangkaan sebagai akibat dari keinginan manusia yang tidak terbatas dan sumber daya alam yang terbatas. Dalam Islam keinginan manusia memang tidak terbatas dan manusia tidak pernah merasa puas sebagaimana dalam hadis riwayat berikut:

"Seandainya seorang anak Adam memiliki satu lembah emas, tentu la menginginkan dua lembah lainnya dan sama sekali tidak akan memenuhi mulutnya (merasa puas) selain tanah (yaitu setelah mati) dan Allah menerima taubat orang-orang yang bertaubat." (Muttafaqun 'alaih. HR. Bukhari no 6439 dan Muslim no. 1048)<sup>18</sup>

#### a. Ekonomi Islam menurut para ahli

1. Menurut SM. Hasanuzzaman : Ekonomi Islam adalah pengetahuan tentang penerapan perintah-perintah dan tata cara yang ditetapkan oleh syari'ah, dalam rangka mencegah ketidakadilan dalam penggunaan sumber daya material alam guna memenuhi kebutuhan masyarakat.

<sup>18</sup> Adhari, Lendy Zelviean, Dkk. *Kumpulan Teori Penafsiran Al-Qur'an Dan Al- Hadis Dan Teori Ekonomi Islam Menurut Para Ahli.*(Bandung, Widina Bhakti Persada, 2021). Halaman: 202



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

2. Nejatullah Siddiqie: Ekonomi Islam hanya sebagai anggapan pemikir-pemikir muslim terhadap tantangan ekonomi pada zamannya di mana dalam upaya ini mereka dibantu oleh Al-Qur'an dan Sunnah yang disertai dengan argumentasi dan pengalaman yang empiris.
3. Abdul Mannan: Ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang berazaskan norma dan nilai-nilai Islam.
4. Yusuf Qhardawi: Ekonomi Islam adalah ekonomi yang berlandaskan ketuhanan. Ia terpancar dari akidah ketuhanan, akidah tauhid.<sup>19</sup>

Mengutip beberapa pendapat di atas tampak bahwa hakikat ekonomi dalam Islam yaitu perpaduan antara nilai-nilai syariah dalam praktik-praktik aktivitas ekonomi kehidupan manusia. Adanya perpaduan antara nilai syariah dengan aktivitas ekonomi. Ekonomi Islam pada hakekatnya adalah upaya untuk memformulasikan suatu ilmu ekonomi yang berorientasi kepada manusia dan masyarakat yang tidak mengakui individualisme yang berlebih sebagaimana dalam ekonomi Klasik dan mengingat semuanya hanyalah milik Allah SWT.

#### **b. Ciri-ciri Ekonomi dalam Islam**

Ciri dari ekonomi Islam yang begitu banyak dikemukakan para ahli, di antaranya sebagaimana terdapat di bawah ini sebagai berikut :

1. Ekonomi Islam bersifat teologis.

Ciri ini adalah suatu hal yang paling mendasar dan menjadi pembeda dan semangat sistem ekonomi lainnya. Ciri ketuhanan (teologis) menghendaki bahwa dalam seluruh aktivitas ekonomi manusia harus mendasarkan segala bentuk aktivitas ekonomi baik secara mikro dan makro tidak terlepas dari kerangka aturan yang telah ditetapkan Allah.

2. Ekonomi Islam mempunyai karakter yang universal

<sup>19</sup> Manshur. *Filsafat Ekonomi Islam*. (Klaten: penerbit lakeisha. 2020). Halaman: 85

Karakter ekonomi Islam yang bersifat universal mengharuskan bahwa ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang bukan hanya secara khusus harus dipatuhi kaum muslim, tetapi memungkinkan bahwa ekonomi Islam adalah untuk manusia secara umum. Dalam konteks ini dapat pula disebut bahwa ekonomi Islam merupakan ilmu ekonomi yang meletakkan nilai-nilai kemanusiaan sebagai salah satu hal yang penting dalam : lupan ekonomi.

3. Ekonomi Islam bermuat , etika dan moralitas.

Sumber ekonomi Islam yang berasal dari Al-Qur'an dan hadist berikut sumber hukum lainnya, menjadi bukti bahwa ekonomi Islam syarat muatan norma dan etika serta moralitas. Dari segi ini kemudian, seluruh aktivitas ekonomi manusia harus tidak boleh lepas dari standar norma, etika dan moralitas. Dengan adanya standar norma, etika dan moralitas tersebut maka aktivitas ekonomi manusia berjalan di atas keseimbangan untuk mencapai kesempurnaan.<sup>20</sup> Dalam Ekonomi Islam, kebutuhan hidup manusia mencakup lima hal yaitu: Agama, Jiwa, Akal, Keturunan, Harta kekayaan.

## 2. Teori Konsumsi dalam Islam

Islam merupakan agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Sama halnya dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemashlahatan hidupnya. Seluruh aturan Islam mengenai aktivitas konsumsi terdapat dalam al-Qur'an dan as-Sunnah. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan al-Qur'an dan as-Sunnah ini akan membawa pelakunya mencapai keberkahan dan kesejahteraan hidupnya.<sup>21</sup> Ada tiga nilai dasar yang menjadi dasar bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim:

<sup>20</sup> Manshur. *Filsafat Ekonomi Islam*. (Klaten: penerbit lakeisha. 2020). Halaman: 89

<sup>21</sup> Umer Chapra. *Islam dan Tantangan Ekonomi*.( Jakarta, Gema Insani Press, 2000).



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

1. Keyakinan akan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat dari pada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah dari pada konsumsi duniawi.
2. Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah adalah kunci moralitas Islam. Kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan.
3. Kedudukan harta merupakan amanah Allah dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan).

Dalam melakukan konsumsi konsumen terutama muslim harus selalu berdasarkan pada syariat Islam. Ada dua hal yang menjadi dasar perilaku dalam konsumsi konsumen:

1. Halal dan baik (*Halalan dan tayibban*)

Halal yang dimaksudkan menyangkut zat, sumber, dan cara mendapatkannya. Artinya barang dan jasa yang dikonsumsi adalah memang sudah menjadi haknya, jika zatnya halal namun bukan haknya maka produk tersebut tergolong haram seperti hasil mencuri, korupsi, berjudi.

2. Secukupnya dan hemat

Hal ini didasarkan pada sebuah hadist “*Makanlah sebelum lapar, berhentilah sebelum kenyang*” Hadist ini menerangkan bahwa Islam mengajarkan pada manusia untuk menggunakan barang dan jasa yang dibutuhkan secukupnya (hemat) tidak rakus atau serakah sebab keserakahanlah yang menghancurkan bumi ini.

### 3. Label Halal

Definisi label halal merupakan kelanjutan pemenuhan persyaratan pendaftaran pabrik agar menerima sertifikat halal dan labelisasi halal.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Namun, halal tidak hanya bahan baku atau komposisi tetapi juga proses pembuatan dan perawatan peralatan yang digunakan dalam produksi. Proses penerapan label halal sebagai berikut:

- a. Pada evaluasi pendaftaran, pabrik atau tempat pembuatan produk akan dilihat dan dinilai melakukan segala upaya pencegahan terhadap kontaminasi dari produk yang berbahan haram serta pabrik harus melampirkan sertifikasi pendukung yang diperlukan.
- b. Pada pemeriksaan terdapat produksi suatu produk akan diamati mengenai bahan baku yang digunakan, peralatan yang dipakai serta proses produksi yang akan dilakukan agar memastikan kualitas produk tersebut halal atau haram.

Status halal produk artinya sebuah atribut kepercayaan yang tidak terlihat serta tidak mampu diverifikasi oleh konsumen. Oleh karena itu perlu upaya perlindungan konsumen akan kehalalan produk. supaya konsumen mengetahui bahwa produk yang akan dibelinya itu halal, maka diperlukan sertifikat dan label halal. Label merupakan isyarat penting bagi konsumen perihal produk tersebut. Tidak adanya label membuat para konsumen harus lebih berhati-hati menetapkan pembelian produk tersebut.<sup>22</sup>

#### a. Sejarah Label Halal

Sejarah perkembangan mengenai makanan halal di Indonesia berawal dari hukum suatu bahan konsumsi yang diwajibkan halal untuk umat serta memberikan ketentraman bagi umat Islam dalam menjalankan ketentuan di dalam agamanya. Sedangkan secara khusus label halal merupakan suatu hal berkaitan penjaminan produk halal serta disahkan oleh suatu lembaga penjamin kehalalan suatu produk.<sup>23</sup> Sejarah label halal terdiri dari tiga bagian:

##### 1. Sejarah sebelum terbentuknya Majelis Ulama Indonesia (MUI)

<sup>22</sup> Widodo, SY Rusimah, dan N Choirunisa. *Factors Affecting to Consumers' Attitude towards Halal Label on Nugget and Sausage Packaging: A Case Study on Housewives at One Residential in Yogyakarta City*. *AGRARIS*, Vol. 4 No.1. Halaman: 34

<sup>23</sup> Sukoso et al., *Ekosistem Industri Halal* (Jakarta, Malang: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia Pusat Studi Halal Thoyyib - Universitas Brawijaya, 2020). Halaman: 26-27

Sumber dari ketentuan halal dan haram terdapat pada Al-Quran, Hadits, Ijma' Ulama, dan Qiyas, saat zaman mulai berkembang pengaturan halal dan haram yang awal mula diatur syariat Islam berkembang menjadi ketentuan hukum yang harus juga diatur oleh negara. Berkembangnya berbagai produk halal di Indonesia mulai dari pembentukan Kementerian Agama. Mr. Muhammad Yamin mengusulkan untuk membentuk kementerian agama pada tanggal 11 Juli 1945, dalam rapat besar BPUPKI. Tetapi ditentang oleh salah satu anggota dari PPKI yaitu Mr. Johannes Latuhary.

Pada akhirnya pada 26 Desember 1945 dalam sidang Komite Nasional Indonesia Pusat (KNIP). Salah satu anggota KNI asal Banyumas mengusulkan, "dalam negeri Indonesia yang sudah merdeka ini hendaknya urusan agama janganlah hanya dibebankan pada Menteri Pendidikan, Pengajaran Dan Kebudayaan. Tetapi dengan membentuk suatu lembaga Kementerian Agama yang tersendiri dan khusus mengatur agama". Akhirnya dari pendapat ini banyak menuai dukungan dari anggota KNIP seperti M. Kartosudarmo, Dr. Muwardi, Mohammad Natsir, serta Dr. Marxuki Mahi. Demikian pembentukan Kementerian Agama disetujui dan diterima pada sidang KNIP.

Tanggal 3 Januari 1946 Kementerian Agama dibentuk dan ditetapkan dalam Kabinet Syahrir II. Dengan adanya kementerian agama maka Presiden Soekarno mengangkat H.M. Rasjidi sebagai Menteri Agama pertama. Tugas yang harus dijalankan Kementerian Agama yaitu mengurus segala sesuatu yang berkaitan dengan agama. Peraturan Pemerintah No. 8 Tahun 1950 dan Peraturan Menteri Agama No. 5 Tahun 1951 yang mengatur tentang tugas yang diemban Kementerian Agama adalah sebagai institusi pemerintah memberikan pelayanan dan perlindungan bagi masyarakat yang beragama Islam. Sebagaimana diketahui



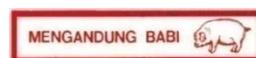
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

bahwasanya penduduk Indonesia 87% dari mereka adalah beagama Islam.<sup>24</sup> Muslim saat itu mengkomsumsi makanan dan minuman yang halal membutuhkan perlindungan hukum dan edukasi terhadap produk halal.

Setiap penduduk Indonesia memiliki beragam agama atau kepercayaan seperti Islam, Kristen, Hindu, Budha, Konghucu dan Katolik dari perbedaan keyakinan yang dianut menyebabkan terdapat juga perbedaan larangan serta perintah bagi setiap agama yang mereka percaya. Pada 10 November 1976 oleh Kementerian Kesehatan yang diatur dalam Surat Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 280/Men.Kes/Per/XI/76 tentang ketentuan peredaran dan pelabelan pada makanan yang mengandung babi agar tidak dikonsumsi umat muslim di Indonesia.

Keputusan tersebut akhirnya dapat diwujudkan dengan memberikan identitas atau tulisan peringatan pada kemasan, bahwa produk tersebut berbahan dasar babi.<sup>25</sup> Terciptanya label babi pada kemasan yang berbahan dasar babi memberikan konsumen muslim kemudahan menentukan makanan halal lagi baik yang akan dikonsumsi. Berikut adalah label mengandung babi yang dibuat tahun 1976:



Label ini menjadi penanda bahwa produk tersebut mengandung babi dan dapat dilihat pada kemasan produk yang dipasarkan. Namun semakin lama akhirnya Menteri Kesehatan dan Menteri Agama mengganti identitas mengandung babi menjadi label bertuliskan halal. Penanda atau label ini diganti karena dirasa kurang efektif karena bukan hanya produk-produk bahan dasar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>24</sup> Hayyun Durotul Faridah, "Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi," *Journal of Halal Product and Researc* 2, no. 2 (2019) Halaman: 70.

<sup>25</sup> Hayyun Durotul Faridah, "Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi," *Journal of Halal Product and Researc* 2, no. 2 (2019) Halaman: 70

babi saja yang diharamkan, namun produk lainnya yang mengandung khamar juga termasuk pangan haram. Oleh sebab itu Kementerian Agama dan Kementerian Kesehatan berdiskusi terkait efektifitas pemberian tanda label dari setiap produk yang diharamkan dan dihalalkan.

## 2. Sejarah saat terbentuknya Majelis Ulama Indonesia (MUI)

MUI merupakan lembaga yang memiliki tugas untuk menetapkan fatwa-fatwa serta tanggung jawab dalam menentukan produk tersebut halal atau haram untuk dikonsumsi. Agar penentuan halal dan haram dapat berjalan dengan baik, maka langkah strategis MUI adalah dengan mengeluarkan fatwa produk halal. Komisi yang juga membantu pekerjaan MUI adalah LPPOM. Tugas dari LPPOM sendiri adalah sebagai pengawas terhadap produk-produk yang akan diberi sertifikat halal serta mengedukasi masyarakat mengenai produk halal agar mengerti kriteria dari produk halal dan masyarakat akan lebih selektif dalam memilih produk halal serta produk haram untuk dikonsumsi.<sup>26</sup>

Sertifikat halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan surat yang berisikan hukum halalnya produk makanan dan minuman yang diproduksi oleh perusahaan dengan proses penelitian terlebih dahulu sebelum dinyatakan produk halal oleh LPPOM. Sertifikat halal ini sebagai tanggung jawab produsen untuk produk yang diproduksinya merupakan produk yang aman untuk dikonsumsi lagi halal dan menjadikan konsumen semakin percaya membeli ulang produk tersebut.<sup>27</sup>

Dalam Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Kesehatan Nomor 42/Men.Kes/SKB/VIII/1985 dan Nomor 68 tahun 1985

<sup>26</sup> Nancy Ravica Lia Erlyta, Ahmad Sarbini, and Herman Herman, "Strategi Majelis Ulama Indonesia Dalam Upaya Penerbitan Sertifikat Halal," *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 3, no. 4 (December 31, 2018). Halaman: 256–257

<sup>27</sup> N Sofyan Hasan, *Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan*, *Jurnal Dinamika Hukum* 14, no. 2 (Mei 25, 2014). Halaman: 222

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

berisi tentang pencantuman tulisan halal pada label makanan telah disahkan. Adanya tulisan halal memiliki tujuan agar memberikan keamanan dan tanda bagi umat muslim atas larangan mengkonsumsi makanan haram atas dasar perintah agamanya. Namun digantinya identitas mengandung babi menjadi label halal menyebabkan banyak pro dan kontra di masyarakat, karena saat menggunakan label halal maka seluruh produk yang tidak berbahan babi akan diberikan label halal, dari permasalahan ini juga dianggap pemberian label halal menjadi kurang efektif. Berikut contoh label halal yang tercantum pada produk pada saat itu:



### 3. Sejarah setelah terbentuknya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)

Dengan terbentuknya sebuah badan lembaga yang disebut BPJPH memperkuat kewajiban setiap produsen untuk mencantumkan sertifikat dan label halal pada produknya. Dahulu sertifikasi halal bersifat suka rela atau hanya produsen yang berminat saja yang mengurus akan membuat dan mencantumkan label halal kemasan produknya, namun mulai saat ini menjadi kewajiban setiap produsen untuk mengurus sertifikat halal dan harus mencantumkan label halalnya atas dasar Undang-Undang yang berlaku di Indonesia. Dengan terbentuknya BPJPH sebagai sebuah perubahan besar dalam perkembangan industri makanan halal di Indonesia. Sertifikat halal memiliki lima tahap untuk pembuatannya seperti: pendaftaran, pemeriksaan kelengkapan dokumen, pemeriksaan dan pengujian, penetapan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal, dan penerbitan sertifikasi halal.<sup>28</sup>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>28</sup> Sukoso et al., *Ekosistem Industri Halal* (Jakarta, Malang: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia Pusat Studi Halal Thoyyib - Universitas Brawijaya, 2020).  
Halaman: 30-32

Sofyan Hasan berpendapat bahwa sertifikasi halal adalah surat keterangan yang dikeluarkan oleh MUI sebagai bukti legalitas kehalalan dari suatu produk konsumsi seperti makanan, minuman, dan lain sebagainya,<sup>29</sup> atas dasar SK MUI Pusat Nomor Kep 164/MUI/IV/2003 yang mengarah kepada Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 924/Menkes/SK/VIII/1996 tentang Pencantuman Tulisan Halal. Berikut merupakan label halal terbaru yang dikeluarkan MUI saat ini:



Setelah mendapatkan sertifikasi halal dari MUI, maka produsen bisa memberikan label halal di setiap kemasan produk yang mereka produksi. Pemberian label halal pada setiap produk akan memberikan keyakinan, keamanan, dan kepercayaan masyarakat bahwasanya produk yang mereka konsumsi sudah aman dan tidak mengandung bahan yang haram. Menurut Ghina Kamilah, label halal yang tercantumkan pada kemasan produk pangan tertentu akan mempermudah konsumen untuk mengidentifikasi sebuah produk halal. Dengan begitu, label halal atau logo halal adalah pencantuman tulisan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus sebagai produk halal yang sudah diuji oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).<sup>30</sup>

#### b. Teori Label Halal

Label merupakan suatu penanda dari berbagai sumber informasi tentang substansi yang diwakilinya. Oleh karenanya label sesuatu yang harus dapat dipertanggungjawabkan keberadaannya. Dalam

<sup>29</sup> Hasan, *Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan*. Halaman 230

<sup>30</sup> Ghina Kamilah and Aniek Wahyuati, *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen 6, no. 2 (2016). Halaman: 5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

pandangan konsumen, label menjadi sangat penting karena bagi konsumen label dapat memberikan tiga hal pokok, yakni:

- a. Informasi yang dibutuhkan sebagai pertimbangan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk tertentu.
- b. Dengan pengetahuan tersebut, konsumen dapat menentukan, memilih satu produk atas produk sejenis lainnya.
- c. Dengan informasi yang benar serta lengkap, konsumen juga dapat terhindar dari kemungkinan gangguan keamanan dan keselamatan konsumsinya. Pasal 97 ayat (3) UU Pangan mengatur ketentuan tentang ditulisnya "keterangan tentang halal" dalam label setiap produk yang dijual di wilayah Indonesia.<sup>31</sup>

Halal berarti "diizinkan", menurut pengertian etimologi, halal mempunyai arti hal-hal yang diperbolehkan atau diizinkan dilakukan lantaran mereka bebas dari ketentuan yang melarangnya. Istilah halal pada kehidupan sehari-hari tak jarang dipakai untuk makanan atau minuman yang diperoleh buat mengkonsumsi syariah Islam.

#### 4. Harga

Harga merupakan sejumlah nilai atau uang yang dibebankan agar mendapatkan sejumlah barang bersama jasa-jasa eksklusif atau kombinasi berasal keduanya. Harga juga dapat di katakan jumlah nilai yang dapat ditukar konsumen untuk manfaat- manfaat sebuah produk atau jasa karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

##### a. Sejarah Penetapan Harga

Rasulullah SAW menolak buat memberikan kebijakan dalam penetapan harga. Dalam hadist diriwayatkan, Rasulullah SAW bersabda berikut ini:

<sup>31</sup> Lahaling, H., Makkulawuzar, K., *Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Volum

a, S, *Hakikat Labelisasi Halal terhadap* ..., (August 2015). Halaman: 56

قَالَ النَّاسُ يَا رَسُولَ اللَّهِ عَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا. فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ  
 -صلى الله عليه وسلم- ”إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَائِضُ الْبَاسِطُ  
 الرَّازِقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِيَنِي بِمَظْلَمَةٍ  
 فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ“

“Rasulullah SAW bersabda: ‘Sesungguhnya Allah merupakan penentu harga, Ia adalah penahan, pencurah serta pemberi rezeki. Sesungguhnya aku mengharapkan dapat menemui Tuhanku di mana salah seseorang diantara kalian kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah serta harta’<sup>32</sup>.

Mekanisme penentuan harga dalam ajaran Islam menggunakan Maqashid al-Syariah, yaitu merealisasikan kemaslahatan serta menghindari kerusakan pada insan manusia. Seandainya Rasulullah saat itu langsung memutuskan harga maka akan kontradiktif dengan mekanisme pasar.<sup>33</sup> Dari penjabaran diatas disimpulkan bahwa Rasulullah SAW dalam hadist tersebut tidak ingin mematokan suatu harga jual-beli, ketentuan harga itu diserahkan pada prosedur pasar yang alamiah. Rasulullah menolak tawaran itu dan mengatakan bahwa harga di pasar tak boleh ditetapkan.

## b. Teori Harga

Pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen membeli tak hanya sekedar membeli untuk membeli produk saja, tetapi konsumen juga menginginkan kepuasan untuk barang atau prduk yang dibelinya. Intinya mereka akan membayar sesuatu yang dapat memuaskan keinginan, harapan dan memenuhi kebutuhannya. Jadi sebuah produk yang baik bukan hanya menjual fisik saja melainkan menjual manfaat produk itu sendiri. Konsumen membeli produk dengan fungsinya sekaligus maknanya.

## 5. Promosi

<sup>32</sup> Dr. Ika Yunia Fauzia, Lc., M.E.I. dkk, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, (Kencana, 2014). Halaman: 201

<sup>33</sup> Simamora, Bilson. *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitable*, (Gramedia Pustaka Utama, 2011). Halaman: 139

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produknya kepada sasaran pasarnya. Secara singkat promosi dapat diartikan kegiatan memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat dilakukan secara efektif dan efisien dengan tujuan terjadinya transaksi jual beli. Cara memberi informasinya pun harus di dasarkan kejujuran serta kebenaran sesuai dengan keadaan produk yang dipromosikan. Walaupun promosi mempunyai tujuan mempengaruhi selera dan keinginan, namun keputusan akhir tetap di tangan konsumen yang bersangkutan.

#### a. Teori Promosi

Dalam kegiatan promosi setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Promosi dipandang sebagai informasi satu arah untuk mengarahkan seseorang atau perusahaan kepada tindakan yang menciptakan transaksi jual-beli produk barang atau jasa tersebut.

Menurut Simamora: promosi merupakan fungsi pemberitahuan, pembujukan, dan pengimbasan keputusan pembelian konsumen. Dalam promosi terjadi proses penyajian pesan serta informasi yang ditujukan membantu menjual barang atau jasa. Promosi adalah aktivitas pemasaran yang paling kelihatan dan secara rutin dilakukan oleh suatu perusahaan.<sup>34</sup>

Promosi merupakan upaya mengenalkan produk kepada calon pembeli, namun perlu diingat bahwa Islam melarang memberikan informasi yang berlebihan karena hanya akan mendatangkan kekecewaan calon pembeli dan kualitas penjualan di masa mendatang. Kegiatan promosi yang dilakukan hendaknya tidak bertentangan dengan kondisi barang yang ditawarkan, tindakan promosi yang berlebihan terhadap suatu barang justru akan menyebabkan reputasi pedagang menurun, sehingga barang apapun yang dipromosikan pada masa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>34</sup> Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (STIE YKPN.Yogyakarta: 2007).  
Halaman: 613

mendatang akan menjadi berkurang nilainya dihadapan calon pembeli.

Konsep pemasaran promosi dengan definisi sebagai berikut:

- a) *Advertising*: menyampaikan informasi produk melalui media.
- b) *Personal Selling*: Pemberi informasi serta mengedukasi secara langsung suatu produk kepada calon pembeli.
- c) *Sales Promotion*: Menawarkan produk secara intensif agar calon pembeli segera mengambil keputusan untuk transaksi jual-beli produk.
- d) *Merchandising*: Ketersediaan stok produk untuk melayani pembelian secara langsung.
- e) *Public Relation*: kegiatan menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat dan konsumen agar produk memiliki image yang baik.
- f) *Publicity*: pembuatan berita tentang produk pada penerbitan majalah, koran, radio, ataupun televisi.

#### **b. Tujuan Dan Fungsi Promosi Penjualan**

Pada umumnya yang dimaksud promosi adalah semua kegiatan dunia usaha yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan atau produktivitas dan pendapatan perusahaan. Promosi juga salah satu cara untuk melakukan persaingan dengan tidak didasarkan harga yang bertujuan meningkatkan pendapatan perusahaan. Tujuan kegiatan promosi sebagai berikut:

- a. Menginformasikan mengenai suatu produk.
- b. Membujuk pelanggan sasaran untuk mendorong pembeli berbelanja dan bertransaksi saat itu juga.
- c. Mengingatkan pelanggan akan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk tersebut dengan harapan tertarik untuk membeli kembali produk tersebut.

Tujuan promosi antara lain mendorong konsumen agar bersedia mencoba produk baru, membujuk konsumen menjauhi produk pesaing, mendorong konsumen membuat stok untuk produk yang sudah ada,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

mempertahankan dan memberikan imbalan bagi para pelanggan yang loyal, menjalin relasi dengan pelanggan.<sup>35</sup>

Maka dapat disimpulkan kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian suatu barang atau jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

### c. Promosi dalam Islam

Dalam Islam, tidak ada larangan bila seorang hamba memiliki rencana atau keinginan untuk memperjuangkan usahanya agar berhasil. Dengan syarat, rencana tersebut tidak bertentangan dengan ajaran Islam melarang adanya unsur manipulasi (penipuan) dalam kegiatan perdagangan (muamalah) termasuk pemasaran. Hal tersebut sebagai sabda Rasulullah SAW. dalam hadis berikut:

"Jauhkanlah dirimu dari banyak bersumpah dalam penjualan karena sesungguhnya ia memanipulasi (iklan dagang) kemudian menghilangkan keberkahan." (HR. Muslim, An Nasa'i, dan Ibnu Majah).

Islam juga menganjurkan umatnya untuk memasarkan produk dan menetapkan harga dengan jujur. Oleh karena itu, kejujuran dan kebenaran merupakan karakter dalam berdagang yang penting dan diridhai oleh Allah Swt. Hal tersebut sebagaimana sabda Rasulullah SAW. dalam hadis berikut.

"Pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para nabi, orang-orang benar (siddiqin) dan para syuhada di surga." (HR. At-Tirmidzin).

Semakin banyak masyarakat yang sadar akan kegiatan ekonomi secara Islam. Perkembangan yang kerap ditemukan adalah produk yang berhubungan dengan lembaga keuangan. Akan tetapi, pesatnya perkembangan produk ekonomi Islam belum dapat diimbangi dengan pesatnya perkembangan dari sisi keilmuan yang lebih luas. Jika hal

<sup>35</sup> Tjiptono. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3 (ANDI: Yogyakarta:2008). Halaman 219

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



tersebut terjadi secara terus-menerus, akan terjadi ketimpangan perkembangan ekonomi Islam di masa depan. Untuk itu, pengembangan ekonomi Islam dari sisi keilmuan menjadi hal mutlak sebagai suatu penyeimbangan pesatnya perkembangan yang terjadi pada saat ini.

## 6. Keputusan Pembelian

Sebelum konsumen memutuskan membeli suatu produk, konsumen akan melakukan suatu proses pengambilan keputusan terlebih dahulu. Proses pengambilan keputusan konsumen memiliki tahapan dalam memutuskan untuk membeli suatu produk tertentu yang menurutnya paling baik diantara yang lainnya, sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai kekuatan keinginan konsumen melakukan pembelian terhadap produk apabila konsumen memiliki minat untuk membeli produk.

### a. Teori Keputusan Pembelian

Proses pengambilan keputusan konsumen terjadi untuk kepentingan khusus konsumen. Konsumen mempunyai ketertarikan tinggi untuk suatu produk apabila membeli suatu produk ataupun jasa, mereka meluangkan banyak waktu, perhatian dan usaha untuk membandingkan suatu merek. Ada lima tahap proses pengambilan keputusan untuk membeli barang dan jasa yang umum dilakukan konsumen yakni :

1. Pengenalan kebutuhan: kebutuhan konsumen mungkin muncul karena menerima informasi baru tentang suatu produk, kondisi ekonomi, promosi.
2. Proses informasi konsumen: proses ini dilakukan selektif, konsumen harus memilih informasi yang dapat dipercaya dan memberi keuntungan, keyakinan serta sikap mereka.
3. Penilaian produk (*merek*): konsumen akan menilai karakteristik dari banyak sekali produk atau brand yang mungkin paling memenuhi benefit yang sesuai dengan harapan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



4. Pembelian: dalam pembelian beberapa aktifitas lain dibutuhkan.<sup>36</sup>
5. Sekali konsumen melakukan pembelian maka penilaian setelah pembelian terjadi. Jika kriteria produk sesuai dengan diharapkan dan keinginan konsumen, maka konsumen tersebut akan merasa puas.

#### **b. Faktor pengaruh perilaku pembelian konsumen**

Faktor pengaruh perilaku pembelian konsumen dan keputusan pembelian dari konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting seperti yang telah dikemukakan oleh Philip Kotler:

##### **1. Faktor Budaya**

Faktor budaya memiliki arti yang sangat luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen, faktor budaya, sub budaya, serta kelas sosial konsumen. Budaya ialah suatu nilai-nilai dasar, persepsi, impian serta tingkah laku. Setiap sikap konsumen dipengaruhi oleh banyak sekali sistem nilai serta norma budaya yang berlaku pada suatu wilayah tertentu, buat itu perusahaan wajib tahu produknya itu dipasarkan di suatu daerah yang berkebudayaan bagaimana (conditional).

##### **2. Faktor Sosial**

Selain faktor budaya, sikap konsumen juga dipengaruhi faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, status sosial konsumen. kelompok acuan artinya grup yang memiliki dampak langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau tingkah laku seorang, seperti: teman, saudara, tetangga serta rekan kerja. keluarga artinya orang atau individu tertentu yang terkadang dapat dapat mempengaruhi seseorang untuk pertimbangannya dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

<sup>36</sup> Wibowo dan Mandusari. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim terhadap produk makanan di kota Pekalongan*, (Jakarta: 2019). Halaman:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### 3. Faktor pribadi

Karakteristik pribadi juga berpengaruh terhadap suatu keputusan pembelian seperti usia dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi dan g up, serta kepribadian dan konsep diri pembeli. Usia berhubungan erat dengan selera seseorang, dengan bertambahnya usia seseorang maka berubahnya selera terhadap produk, begitupun dengan faktor pekerjaan dan keadaan ekonomi. Gaya hidup adalah cara pandang seseorang untuk mewujudkan harapan dalam mengambil keputusan pembelian yang menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi pada lingkungannya. Sedangkan kepribadian adalah karakteristik yang ada dari lama dan relatif konsisten yang berbeda dengan orang lain.

### 4. Faktor psikologis

Pengambilan Keputusan Membeli sebelum konsumen memutuskan untuk menggunakan suatu produk, seorang konsumen pada dasarnya akan melakukan suatu proses pengambilan keputusan terlebih dahulu sebelum bertransaksi jual-beli. Proses pengambilan keputusan merupakan tahap-tahap konsumen dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya paling baik diantara yang lainnya, sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai kekuatan kehendak konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk apabila konsumen memiliki minat untuk membeli suatu produk.

Faktor psikologis yang mensugesti pilihan pembelian itu sendiri, terdapat empat faktor yang mempengaruhi faktor psikologi yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan serta perilaku. Motivasi adalah kebutuhan yang relatif mendorong seorang buat bertindak, agar memuaskan kebutuhannya, sedangkan persepsi artinya proses yang dipergunakan seseorang pada menentukan, mengatur dan menginterpretasikan masukan berita buat membentuk

ilustrasinya tentang produk tersebut. seorang yang termotivasi akan bertindak sesuai dengan motivasi yang dipengaruhi persepsinya.<sup>37</sup>

## 7. Produk Makanan Ringan

Makanan ringan sering di istilah kan *junk food*, *fast food*, dan *street food* karena istilah tersebut merupakan bagian dari istilah makanan ringan<sup>38</sup>.

### a. Teori Produk

Menurut Kotler: "Produk artinya segala sesuatu bisa ditawarkan dipasar untuk diperhatikan, dibeli, dipergunakan, juga dikonsumsi agar dapat memuaskan kebutuhan atau kemauan konsumen". Amir mengartikan produk menjadi: "Apa saja yang mampu ditawarkan pada pasar supaya dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi dan mampu memuaskan harapan atau kebutuhan mereka".<sup>39</sup>

### b. Fungsi Produk

Menurut Kotler fungsi produk ialah:

1. Produk berfungsi melebihi harapan. Inilah yg disebut diskonfirmasi positif (*positif diskonfirmasi*), bila ini terjadi maka konsumen akan merasa puas.
2. Produk berfungsi sesuai harapan. Inilah yang dianggap menggunakan konfirmasi sederhana (*simple konfirmasi*), jika ini terjadi maka konsumen akan merasa puas serta tidak mengecewakan konsumen, konsumen akan mempunyai perasaan netral.
3. Produk berfungsi tidak sesuai harapan. Inilah yang dianggap dengan diskonfirmasi negative (*negative diskonfirmasi*), produk berfungsi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>37</sup> Wibowo dan Mandusari. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim terhadap produk makanan di kota Pekalongan*, (Jakarta: 2019). Halaman: 75

<sup>38</sup> Indonesia, Kementerian Kesehatan. *Pedoman persyaratan hygiene sanitasi makanan jajanan*. (Jakarta: Kementerian Kesehatan RI, 2003). Halaman: 78

<sup>39</sup> Amir, M. Taufiq. *Dinamika Pemasaran*, PT Raja Grafindopustaka Utama, (Jakarta: 2005). Halaman: 8

buruk dan tidak sinkron dengan harapan konsumen dan akan menyebabkan kekecewaan sehingga konsumen merasa tidak puas.<sup>40</sup>

### c. Teori Makanan Ringan

Makanan ringan atau yang sering disebut dengan cemilan merupakan produk dari Surat Keputusan kepala Badan Pengawas Obat serta kuliner Republik Indonesia No. HK.00.05.52.4040 lepas 9 Oktober 2006 tentang kategori pangan merupakan semua makanan ringan yang berbahan dasar kentang, coklat, sereal, tepung atau pati (dari umbi dan kacang) dibentuk menjadi keripik dan kerupuk.<sup>41</sup>

## 8. Impor

Astuti Purnamawati (2013:13) berpendapat bahwa, pengertian impor adalah tindakan membeli barang-barang dari luar negeri sesuai dengan ketentuan pemerintah, dibayar menggunakan valuta asing.<sup>42</sup> Realisasi impor tergantung kemampuan masyarakat buat membeli produk buatan luar negeri. semakin tinggi taraf pendapatan, serta semakin rendah kemampuan negara menghasilkan barang, maka permintaan impor meningkat dan menyebabkan “kebocoran” dalam pendapatan nasional (Prakosa, 2012).<sup>43</sup>

### a. Teori Impor

Impor merupakan kegiatan memasukkan barang ke dalam wilayah pabean. Perusahaan atau perorangan yang melakukan kegiatan impor tersebut disebut importir. wilayah pabean ialah daerah Republik Indonesia meliputi wilayah darat, perairan, ruang udara, dan kawasan-daerah tertentu pada Zona Ekonomi eksklusif dan landas kontinen.

<sup>40</sup> Simamora, Bilson. *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitable*, (Gramedia Pustaka Utama, 2011). Halaman: 139

<sup>41</sup> Silaningsih dan Utami, *Marketing mix terhadap minat beli konsumen Jurnal Sosial Humaniora*, Volume 9 Nomor 2, (Oktober 2018). Halaman: 78

<sup>42</sup> Fatmawati, Sri dan Purnawati, Astuti. *Dasar-Dasar Ekspor Impor*, (Jakarta: 2013). Halaman: 13

<sup>43</sup> Danar A. Susanto dan Ellia Kristiningrum, *Pengaruh Pemberlakuan Wajib SNI Baterai Primer Terhadap Impor Produk Baterai Primer Indonesia*, Jurnal Standardisasi Volume 21 Nomor 2, (Juli 2019): Halaman: 91 - 100





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

Pengertian Impor dari Undang-undang No.17 Tahun 2006 Pabean merupakan :

“kegiatan memasukkan barang ke dalam wilayah pabean. seluruh barang yg dimaksudkan ialah semua atau semua barang pada bentuk dan jenis apa saja yg masuk ke dalam wilayah pabean”.<sup>44</sup>

Berdasarkan penerangan tersebut bisa disimpulkan bahwa impor merupakan kegiatan memasukan barang asal luar negeri ke dalam negeri. dengan konsekuensi barang tadi wajib melalui wilayah pabean suatu negara agar impor tersebut bisa diklaim menjadi impor yang legal serta sinkron menggunakan peraturan perundang–undangan yang berlaku.

### b. Indikator Impor

Indikator impor merupakan keputusan suatu negara dapat mengimpor atau menghentikan impornya. Dengan harapan tercapainya kedamaian dan sejahteraan bagi masyarakat Indonesia. Adapun indikator impor tersebut :

#### 1. Produksi

Suatu kegiatan untuk menciptakan atau menambah nilai guna suatu barang untuk memenuhi kebutuhan.

#### 2. Harga

Alat ukur nilai suatu barang, cara membedakan suatu barang, menentukan jumlah barang yang akan diproduksi dan pembagiannya kepada konsumen.

#### 3. Stok

Persediaan barang yang dibutuhkan untuk kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan produksi tersedia didalam negeri.<sup>45</sup>

## B. Studi Relevan

<sup>44</sup> Undang-undang No.17 Tahun 2006

<sup>45</sup> Malau, Handini, *Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Kegiatan Impor Pada Pt. Ccl Pacific Logistic Indonesia (Studi Kasus : Rukan New Gading Batavia Blok Lc 10/29, Jakarta)*. Skripsi Thesis, Universitas Quality. (2019).

**Tabel 5**  
**Studi Relevan**

No	Judul	Penulis	Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung	Prawira dan Yasa	2013	produk (X1), citra merek (X2), persepsi harga (X3), terhadap intensi membeli ulang (Y)	Pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen.
2.	Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Jumbo Di Pasar Swalayan Kota Manado	Fadlun Nabila Bachdar	2020	Label Halal (X1), Keputusan Pembelian (Y)	Variabel Label Halal Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian
3.	Sertifikasi Halal Terhadap Produk Impor Dalam Prespektif Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dan Badan Pengawas Obat Dan Makanan BPOM	Mohamad Ababil Mujaddidyn	2015	Sertifikasi Halal (X1), Produk Impor (X2), Prespektif Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) (Y)	Sertifikasi Halal Yang Dilakukan Berhasil Membantu Pemerintah Untuk Mencegah Adanya Kecurangan Produsen Atau Importer Melawan Hukum Halal Dan Haram

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi

4.	Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Daging Sapi Beku Caca Food Muara Tembesi	Yurika Putri	2020	Labelisasi Halal (X1), Harga (X2), Keputusan Pembelian (X3)	Labelisasi Halal Dan Harga Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Daging Sapi Beku Caca Secara Simulan
5.	Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Nestle Indonesia	Wiwi Kurniani ngsih dan Sugianto	2019	Kualitas Produk (X1), Promosi Penjualan (X2), Keputusan Pembelian (Y)	Kualitas Produk Memiliki Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Nestle Indonesia, Promosi Penjualan Memiliki Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Nestle Indonesia, Kualitas Produk dan Promosi penjualan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada PT. Nestle Indonesia
6.	Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Produk Terhadap Prefrensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor	Fitria Vega Sylvania Mujiono	2018	Labelisasi Halal (X1), Harga (X2), Keputusan Pembelian (Y)	Labelisasi Halal, Pendapatan Dan Harga Produk Memiliki Pengaruh Positif Yang Signifikan Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor.

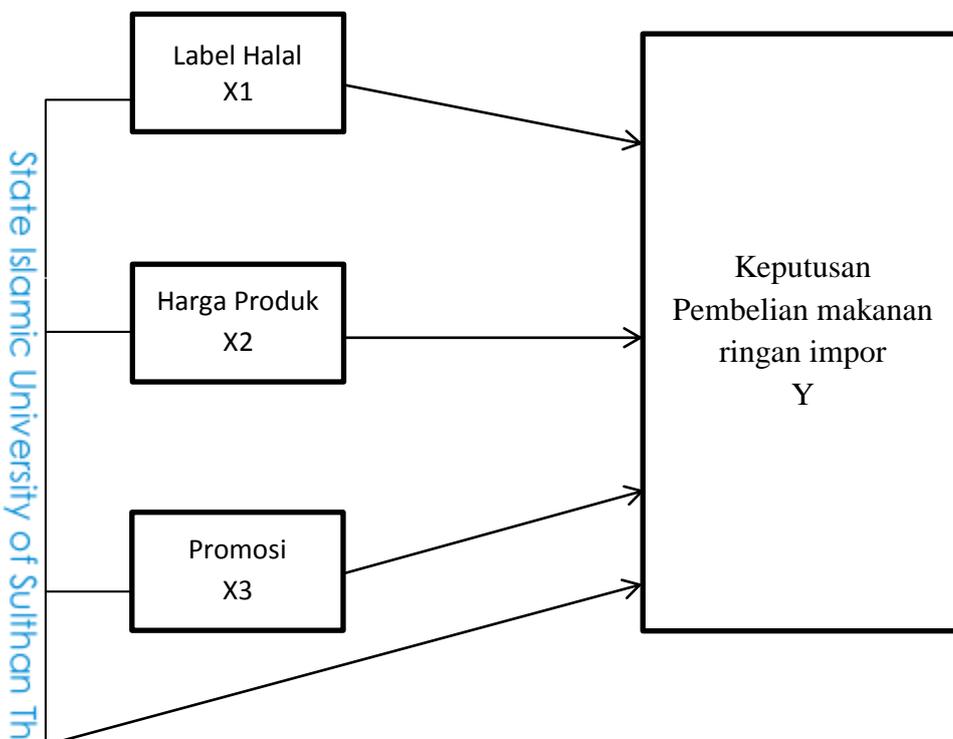
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### C. Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran ialah alur yang dilakukan peneliti sebagai dasar penelitian. Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting.<sup>46</sup> Ditinjau dari jenis hubungan variabel, maka termasuk hubungan sebab akibat yaitu suatu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, sehingga variabel bebas adalah Label Halal (X1), Harga Produk (X2), Promosi (X3), sedangkan untuk variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).

Penelitian ini dengan adanya labelisasi halal, harga produk, dan promosi diharapkan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap produk makanan ringan impor. Berdasarkan teori di atas, maka penulis menggunakan kerangka berpikir sebagai berikut:



<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Yogyakarta: alfabeta, 2012). Halaman: 93

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntha Jambi

#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang mungkin benar atau salah. Hipotesis ditolak apabila faktanya tidak benar dan diterima apabila faktanya benar adanya. Jadi hipotesis adalah dugaan sementara dan diperlukannya bukti kuat akan kebenarannya.<sup>47</sup> Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini adalah:

H1 : Label Halal memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan ringan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

H2 : Harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan ringan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

H3 : Promosi memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan ringan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

H4 : Ketiga Variabel Label Halal, Harga dan Promosi memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian makanan ringan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

<sup>47</sup> S.E. Zaluchu: *Metode Penelitian di dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan Jurnal Teologi Berita Hidup*. Halaman: 265.

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan ke... yang akan menjadi sasaran penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi.<sup>48</sup> Peneliti mengambil sebagai objek penelitiannya adalah mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi jurusan Ekonomi Syariah angkatan Tahun 2018, 2019, 2020, 2021.

### B. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pemilihan penelitian kuantitatif ditujukan agar mengetahui berapa besarnya masing-masing variabel (berupa angka). Batasan ruang lingkup penelitian ini lebih berfokus terhadap pengaruh variabel yang mempengaruhi preferensi keputusan pembelian pada produk makanan ringan impor.

Variabel yang mempengaruhi label halal, harga, dan promosi. Metode Kuantitatif dipilih karena penelitian yang dilaporkan menggunakan analisis matematis menggunakan SPSS yang membutuhkan perhitungan.<sup>49</sup> Data yang dihasilkan biasanya berasal dari pengukuran di lapangan seperti kuesioner. Pendekatan kuantitatif biasanya fokus pada aspek fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan atau berdasarkan perilaku yang kemudian diukur untuk diteliti.<sup>50</sup>

### C. Jenis dan Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber serta bersifat

<sup>48</sup> Muhammad Taufik Ranchman Ali, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 6 nomor 9, (September 2017). Halaman: 109

<sup>49</sup> Yanyi K. Djamba dan W. Lawrence Neuman, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, Teaching Sociology 30, no. 3 (2002). Halaman: 380

<sup>50</sup> S.E. Zaluchu: *Metode Penelitian di dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan* Jurnal Teologi Berita Hidup. Halaman: 257

mentah atau belum diolah.<sup>51</sup> Data primer belum dapat memberikan data kongkrit untuk pengambilan keputusan, maka masih diperlukan pengolahan data terlebih dahulu. Dalam penelitian yang digunakan sebagai data primer adalah jawaban kuesioner yang akan diajukan kepada mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2018, 2019, 2020, 2021.

Sedangkan data sekunder berupa dari literatur kepustakaan, catatan atau laporan historis yang tersusun pada arsip (data dokumenter) atau hasil dari data yang telah dipenelitian sebelumnya.

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek serta subjek yang memiliki kualitas dan ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti agar dipelajari lalu ditarik kesimpulannya.<sup>52</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi angkatan tahun 2018, 2019, 2020, 2021. Jumlah populasi adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi angkatan 2018, 2019, 2020, 2021 sebanyak 1226 orang.

##### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada dalam populasi, dikarenakan keterbatasan dana, tenaga, serta waktu, maka peneliti akan menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.<sup>53</sup> Jumlah sampel diambil dengan menggunakan rumus slovin:

<sup>51</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, cetakan ke-16, 2013). Halaman: 142

<sup>52</sup> Martinis Yamin, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: Komplek Kejaksaan Agung, Cipayung, 2009). Halaman: 177

<sup>53</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, cetakan ke 16, 2013). Halaman: 142

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

n= jumlah sampel

N= jumlah populasi

a= toleransi kesalahan 10% atau 0,1

$$n = \frac{1226}{1 + 1226 \cdot (10\%)^2}$$

$$n = \frac{1226}{1 + 122,6}$$

$$n = \frac{1226}{123,6}$$

$$n = \frac{1226}{13,26} = 92,458521870286$$

Karena hasilnya 92,458521870286 maka dibulatkan menjadi 100. Jadi dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan data sampel yang diambil dari populasi adalah 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, jurusan Ekonomi Syariah angkatan Tahun 2018, 2019, 2020, 2021 Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

## B. Teknik Pengumpulan data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitian dengan menggunakan kuesioner. Instrumen penelitian ini merupakan alat yang digunakan peneliti agar pekerjaan lebih praktis dan hasil lebih memuaskan.<sup>54</sup> Adapun metode pengumpulan data dan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini metode kuisisioner *online* dengan menggunakan *Google form*.

Menurut Mustafa metode kuisisioner merupakan cara untuk mengumpulkan data primer dengan menggunakan seperangkat daftar pertanyaan mengenai indikator variabel yang akan diukur melalui perencanaan yang matang, disusun serta dikemas sedemikian rupa, sehingga jawaban dari semua pertanyaan benar-benar menggambarkan keadaan variabel yang sebenarnya.<sup>55</sup> Penelitian ini semua

<sup>54</sup> Danang Sunyoto, *Metode Penelitian Akutansi*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2013). Halaman: 67

<sup>55</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, cetakan ke 16, 2013). Halaman: 142

variabelnya dinyatakan bentuk angka. Skala pengukuran pada kuesioner penelitian ini menggunakan skala likert. Pemberian skor pada pengukuran datanya menggunakan sistem skala lima<sup>56</sup>, Berikut tabel 4 menjelaskan skala Likert:

**Tabel 6**  
**Skala Likert**

SS: Sangat Setuju	Skor 5
S: Setuju	Skor 4
KS: Kurang Setuju	Skor 3
TS: Tidak Setuju	Skor 2
STS: Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sumber: Sugiyono 2004

## F. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan variabel penelitian dimaksudkan agar memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrument, serta sumber pengukuran berasal dari mana.<sup>57</sup> Variabel dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 7**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Pengertian	Indikator
Label Halal (X1)	Label halal merupakan salah satu informasi yang dicantumkan pada produksi makanan oleh produsen untuk mengetahui apakah produk yang dihasilkan benar kehalalannya atau keahalamannya. <sup>58</sup>	<p>a. Gambar merupakan hasil tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan, dsb)</p> <p>b. Tulisan merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.</p> <p>c. Kombinasi gambar dan tulisan yang adalah gabungan dari hasil gambar dan hasil</p>

<sup>56</sup> Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomabangi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm, 136.

<sup>57</sup> S.E. Zaluchu: *Metode Penelitian di dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan Jurnal Teologi Berita Hidup*, ISSN 2654-5691 (online), 2656-4904.

<sup>58</sup> M. Erick Fernando Anosa, *Penerbitan Label Halal Pada Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Prinsip Hukum Islam Di Bandar Lampung*, Skripsi Universitas Lampung (2018). Halaman: 15-16

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

		tulisan dijadikan menjadi satu bagian. d. Menempel kemasan suatu produk dapat diartikan sesuatu yang melekat pada kemasan, disengaja tidak sengaja. <sup>59</sup>
Harga Poduk (X2)	harga (price) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. <sup>60</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Keterjangkauan harga konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan perusahaan.</li> <li>b. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga, konsumen membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya.</li> <li>c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual</li> <li>d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk, aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual<sup>61</sup></li> </ol>
Promosi (X3)	Suatu aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Frekuensi promosi ialah jumlah suatu promosi penjualan</li> <li>b. Kualitas promosi ialah taraf atau tingkatan</li> </ol>

<sup>59</sup> Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Pasal 1 ayat 3

<sup>60</sup> Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia 2002) Halaman: 202

<sup>61</sup> Riyono dan Gigih Erik Budiharja, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati", Jurnal STIE Semarang, Vol 8 No 2, (Juni 2016). Halaman: 101

		<p>baik atau buruknya suatu promosi</p> <p>c. Kuantitas promosi ialah jumlah dari promosi penjualan diberikan kepada konsumen.</p> <p>d. Ketepatan promosi ialah mengarahkan promosi dengan sasaran yang tepat serta dengan tujuan promosinya.</p>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. <sup>62</sup>	<p>a. Pengenalan dari Kebutuhan, proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan.</p> <p>b. Pencarian Informasi, seorang konsumen yang timbul minatnya akan mencari informasi lebih banyak.</p> <p>c. Evaluasi Alternatif, bersifat kognitif.</p> <p>d. Suatu Keputusan Pembelian, membentuk tujuan membeli merek yang paling disukai.<sup>63</sup></p>

### C. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS. Analisis ini memiliki beberapa tahapan diantaranya:

#### 1. Analisis Deskriptif

<sup>62</sup> Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia 2002) Halaman: 202.

<sup>63</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Aplikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*, (Jakarta: Prenada Media, 2003). Halaman: 16

Analisis Deskriptif merupakan cara statistik yang digunakan pada analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menjabarkan hasil dari data yang telah terkumpul. Analisis ini bertujuan memberikan deskripsi data dalam variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), minimum atau maksimum dan standar deviasi.<sup>64</sup>

Jadi dapat disimpulkan analisis yang digunakan merupakan statistika yang digunakan mendeskripsikan data menjadi informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami dalam memberikan penjabaran mengenai penelitian berupa hubungan antar variabel independen

## 2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsinya.<sup>65</sup> Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuisisioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Validitas dilakukan dengan cara membandingkan r-hitung dan r-tabel dengan ketentuan:

- a. Jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ , maka data valid
- b. Jika  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ , maka data tidak valid

## 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator variabel. Butir pertanyaan dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konstan atau tidak berubah. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrument memberi hasil. Pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-

<sup>64</sup> Ghozali, Imam. *Aplikasi analisis Multivariate dengan program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2009). Halaman: 45

<sup>65</sup> Yaya Jakaria, *Mengelola data penelitian kuantitatif dengan SPSS*, (Bandung: Alfabeta, 2015). Halaman: 104

Sanggih Santoso (2000) *Buku Latihan SPSS Parametrik*, Jakarta: PT. Gramedia.

ulang terhadap gejala yang sama. Untuk menguji reliabilitas digunakan teknik *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  maka data tersebut mempunyai keandalan yang tinggi. Perhitungan reabilitas dilakukan dengan metode Cronbach Alpha dengan bantuan SPSS.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, atau mendeteksi normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.<sup>66</sup>

##### b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independen. jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus di atasi. masalah multikolinieritas pada suatu model dapat di lihat dari VIF (*Variance Inflation Factor*).<sup>67</sup> Nilai *cottof* umumnya di pakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $< 0.10$  atau sama dengan nilai  $VIF > 10$ .

##### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menentukan apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Secara sederhana uji ini melihat grafik plot antara nilai predeksi variable dependen (*zpred*), dengan nilai residualnya (*sresid*). Apabila grafik plot menunjukkan pola tertentu (bergelombang melebar lalu menyempit) maka diindikasikan untuk terjadi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>66</sup> Husein Umar, *Research Methods in Finance and Bankig*, (Jakarta: PT. Gramedia PustakaUtama, 2002). Halaman: 181

<sup>67</sup> Sanggih Santoso, *Buku Latihan SPSS Parametrik*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2000). Halaman: 208

heteroskedastisitas, apabila tidak ada pola yang jelas maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>68</sup>

### 5. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk meneliti penelitian ini. Analisis ini dilakukan untuk meneliti apakah ada hubungan sebab akibat antara ketiga variabel atau meneliti seberapa besar pengaruh antara variabel independen, yaitu label halal, harga dan promosi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian produk makanan ringan impor, rumus yang digunakan menggunakan aplikasi SPSS ialah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Y = Keputusan Pembelian      a = Bilangan Konstanta

X1 = Labelisasi Halal          e = error yang ditolerir

X2 = Harga

X3 = Promosi

Penelitian ini akan memaparkan empat variabel yaitu:

Variabel X1 = Label Halal terhadap keputusan pembelian

Variabel X2 = Harga terhadap keputusan pembelian

Variabel X3 = Promosi terhadap keputusan pembelian

Variabel Y = Keputusan Pembelian

#### a. Uji Parsial (t)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:<sup>69</sup>

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Korelasi produk momen

n = Jumlah responden

a. Jika t hitung < t tabel maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Jika t hitung > t tabel maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

<sup>68</sup> Husein Umar, *Research Methods in Finance and Bankig*, (Jakarta: PT. Gramedia PustakaUtama, 2002). Halaman: 135

<sup>69</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian (Penelitian Kuantitatif, Kualitataif Dan R Dan D)*. Bandung: Alfabeta. 2009. Halaman: 139



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Berdasarkan signifikan:

- a. Jika signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- b. Jika signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

### b. Uji Simultan (f)

Uji Simultan digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel regresi linier yang digunakan sudah tepat atau belum : label halal dan haram terhadap satu variabel dependen yaitu : keputusan pembelian produk makanan impor. Secara bebas dengan signifikansi sebesar 0,05 dapat disimpulkan sebagai berikut:

$$f = \frac{R^2/(k - 1)}{1 - R^2(n - k)}$$

Keterangan:

- F = pendekatan distribusi probabilitas fischer
- $R^2$  = Koefisien korelasi berganda
- K = Jumlah variabel bebas
- n = Banyak sampel
- a. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$
- b. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ .

### c. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) bertujuan mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan presentase tingkat kebenaran prediksi dari pengujian regresi yang dilakukan. Nilai R<sup>2</sup>, memiliki range antara 0 sampai 1. Jika nilai R<sup>2</sup> semakin mendekati 1 maka semakin besar variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, diukur dengan koefisien korelasi (R). Jika angka R diatas 0,5 maka korelasi atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah kuat. Sebaliknya, jika R di bawah 0,5 korelasi atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah lemah (santoso).<sup>70</sup> Rumus perhitungan uji koefisien determinan (R<sup>2</sup>):

<sup>70</sup> S.E. Zaluchu: *Metode Penelitian di dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan Jurnal Teologi Berita Hidup*, ISSN 2654-5691 (online), 2656-4904. Halaman: 112

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan: Kd = Koefesien determinan  
 R<sup>2</sup> = Koefesien korelasi ganda  
 100% = Pengali yang menyatakan dalam persenan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian

#### 1. Gambaran umum Lokasi Penelitian

Kota Jambi secara astronomis terletak pada 01 302,98"-01 71,07" LS dan 103°40'1,67" - 103°40'0,23"BT serta berada pada ketinggian rata-rata 10 60 mdpl. Wilayah Kota Jambi dikelilingi oleh Kabupaten Muaro Jambi. Terdapat 11 kecamatan di Kota Jambi, yaitu Kecamatan Kota Baru, Kecamatan Alam Barajo, Kecamatan Jambi Selatan, Kecamatan Paal Merah, Kecamatan Jelutung, Kecamatan Pasar Jambi, Kecamatan Talanaipura, Kecamatan Danau Sipin, Kecamatan Danau Teluk, Kecamatan Pelayangan, dan Kecamatan Jambi Timur.

Jumlah penduduk Kota Jambi pada tahun 2020 yaitu 611 353 jiwa, yang terdiri dari 307 060 jiwa penduduk laki-laki dan 304 293 jiwa penduduk perempuan. Kepadatan penduduk Kota Jambi pada tahun 2020 mencapai 2.851 jiwa/km<sup>2</sup>, dengan kecamatan terpadat yaitu Kecamatan Jelutung sebesar 7.943 jiwa/km<sup>2</sup> dan kecamatan dengan kepadatan terendah yaitu Kecamatan Danau Teluk sebesar 767 jiwa/km<sup>2</sup> Proporsi penduduk usia produktif di Kota Jambi sebesar 70,7% yang menunjukkan adanya potensi bonus demografi.

#### 2. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi: berdirinya Program Studi Ekonomi Syariah (ES) yang berdasarkan Surat Keputusan (SK) Pendiri Nomor: In.9/R/SK/PP.009/710.A/2000 dan Program Studi Vakasi Perbankan Syariah (DIII PBS), berdasarkan SK pendirian Nomor: 2861 Tahun 2012 yang berafiliasi di bawah Fakultas Syariah. Menindak lanjuti bertambahnya peminat calon mahasiswa masuk pada prodi ES dan DIII PBS, tim mengisiasi pemisahan diri dari Fakultas Syariah menjadi Fakultas tersendiri yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Melalui Peraturan Menteri Agama RI Nomor 35 Tahun 2015 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama RI: Nomor 23 tahun 2013 tentang organisasi dan tata kerja Institut Agama Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi (IAIN STS Jambi) dan Institut Agama Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi telah mendapat persetujuan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, Nomor: B/1040/M.PANRB/03/2015, tanggal 26 Maret 2015, Hal: Usulan Pembentukan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam maka Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) berdiri di lingkungan Uneversitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi (UIN STS Jambi).

Selain itu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdapat tambahan program studi, yaitu berdasarkan Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Nomor: 111 Tahun 2017 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi pada Program Sarjana Institut Agama Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi yaitu Program studi Perbankan Syariah (PBS), Akuntansi Syariah (AKS) dan Manajemen Keuangan Syariah (MKS). Pada saat ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki empat jurusan yang akan siap mendidik, mengarahkan, memfasilitasi dan meluluskan sarjana S1 yang terdepan dan Inovatif dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis dengan semangat Entrepreneurship Islam 2030 dalam persaingan global di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam secara umum.

Melalui Program studi yang ada di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam diproyeksikan akan lahir para sarjana yang terdepan dan inovatif sesuai dengan keilmuan yang spesifik sehingga dapat bersaing di pasar kerja (labor market) pada pasar regional, nasional maupun internasional. Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam diproyeksikan dapat menjadi sarjana yang berkemampuan akademik, inovatif dan profesional dengan bersemangatkan Islamic Entrepreneurship.

Tidak hanya mendidik, Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam juga melakukan dan melibatkan peserta didik dalam penelitian dan pengabdian masyarakat berbasis integrasi keilmuan yang inovatif dengan Islamic

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Entrepreneurship. Dengan demikian, dimana saja dan kapan saja lulusan dapat bermanfaat dan menjadi problem solver dalam semua lini kehidupan dan dalam upaya menciptakan keadilan kesejahteraan dalam masyarakat.<sup>71</sup>

#### a. Visi dan Misi

Visi : Terdepan dan Inovatif dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis dengan semangat Entrepreneurship Islam 2030.

Misi : a) Menyediakan akses dan pemerataan pendidikan tinggi bermutu yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam.

b) Menyelenggarakan pendidikan tinggi yang berkualitas dalam ilmu ekonomi dan bisnis Islam agar peserta didik berkemampuan akademik dan/atau profesional yang inovatif serta memiliki jiwa Islamic Entrepreneurship.

c) Melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dibidang ilmu ekonomi dan bisnis islam berbasis transintegrasi keilmuan yang inovatif dengan semangat dengan semangat Islamic Entrepreneurship.

d) Mengembangkan mutu tata kelola kelembagaan dan memperluas jaringan kerja sama dibidang ilmu ekonomi dan bisnis islam.

#### b. Tujuan Fakultas Ekonomi:

a) Terpenuhinya akses dan jaminan pemerataan tinggi bermutu yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam.

b) Menghasilkan lulusan yang berkualitas dalam ilmu ekonomi dan bisnis islam agar peserta didik berkemampuan akademik dan profesional yang inovatif serta memiliki semangat Islamic Entrepreneurship.

<sup>71</sup> <https://febi.uinjambi.ac.id/>

- c) Menghasilkan karya ilmiah dan karya pengabdian kepada masyarakat dibidang ilmu ekonomi dan bisnis islam berbasis tranintegrasi dan multidisipliner yang inovatif dengan semangat Islamic Intrepreneurship.
- d) Menghasilkan kinerja mutu yang baik dan tata kelola kelembagaan dan memperluas jaringan kerjasama di bidang ilmu ekonomi dan bisnis islam.

### c. Strategi Pencapaian

1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi baik secara akademik maupun administratif melakukan berbagai strategi sebagai berikut:
  - a). Sosialisasi PMB yang dilakukan secara sistematis, terprogram dan mempertimbangkan akses pendidikan..
  - b) Mengupayakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mempresentasikan unsur profesi, daerah dan peminatan.
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi Baik secara akademik maupun administratif melakukan berbagai strategi sebagai berikut:
  - a) Mendorong semua prodi di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk mengembangkan diri secara inovatif menjadi Prodi unggulan dengan pengakuan akreditasi A dari BAN PT
  - b) Mendorong dan memfasilitasi penyediaan dana untuk kegiatan penelitian prodi dan pengabdian masyarakat yang bermutu tinggi berbasis transintegrasi keilmuan dengan semangat Islamic Intrepreneurship.
  - c) Memberikan fasilitas yang memadai bagi terselenggaranya proses pembelajaran yang kondusif, antara lain dalam bentuk ruang kelas yang ber AC, fasilitas LCD Proyektor, Hot-spot, ruang interaksi, perpustakaan dan berbagai laboratorium pada setiap program studi dan lain-lain, dan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



- d) Mengusahakan dan melaksanakan kerjasama dengan lembaga lain, dalam dan luar negeri guna peningkatan kualitas pendidikan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi.

#### d. Tahapan Strategi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi mempunyai strategi pencapaian visi, misi, tujuan, dan sasaran yang dibagi dalam tiga tahapan, yaitu tahap pertama, kedua dan tahap ketiga:

##### 1. Strategi Tahap Pertama (2017-2021)

- a) Mempertahankan mutu penyelenggaraan Prodi-Prodi yang diakui secara eksternal melalui akreditasi BAN PT dengan peringkat A.
- b) Mempertahankan tingkat calon mahasiswa demi keberlangsungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- c) Meningkatkan kualitas SDM tenaga dosen dan tenaga kependidikan sesuai dengan tuntutan perkembangan ilmu dan masyarakat.
- d) Memperbarui kurikulum sesuai dengan perkembangan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna lulusan.

##### 2. Strategi Tahap Kedua (2022-2025)

- a) Mempromosikan Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam ke dunia Internasional agar bisa menarik minat calon mahasiswa asing.
- b) Terpublikasinya karya-karya ilmiah dosen dalam jurnal ilmiah internasional
- c) Mengarahkan semangat entrepreneurship dalam bidang perbankan syariah, ekonomi dan bisnis islam, akuntansi syariah.

##### 3. Strategi Tahap Ketiga (2026-2030)

- a) Mempertahankan posisi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ke dunia Internasional agar bisa menarik minat calon mahasiswa asing.
- b) Terpublikasinya karya-karya ilmiah dosen dalam jurnal ilmiah internasional bereputasi.
- c) Terbentuk budaya entrepreneurship di lingkungan akademika.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## B. Hasil Penelitian

### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden menguraikan atau memberikan gambaran mengenai identitas responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini maka akan dapat diketahui sejauh mana identitas responden dalam penelitian ini. oleh karena itulah karakteristik identitas responden dalam penelitian ini dapat di kelompokkan menjadi beberapa yaitu:

Jenis kelamin responden, usia responden, pendapatan atau uang saku perbulan responden dan tahun angkatan responden. Pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Label Halal, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, di mana dalam melakukan penelitian ini di tetapkan sebesar 100 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah Angkatan tahun 2018, 2019, 2020, 2021 yang dijadikan responden.

Dalam melaksanakan penelitian ini ditetapkan sebesar 100 orang responden, dimana dari 100 kuesioner online melalui aplikasi *Google Form* yang di bagikan link nya kepada responden maka semua kuesioner telah dikembalikan dan semuanya dapat diolah lebih lanjut. oleh karena itu di sajikan karekteristik responden sebagai berikut:

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 8

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	38	38%
2.	Perempuan	62	62%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan data tabel 8 diatas diketahui persentase terbesar responden yaitu berjenis kelamin perempuan sebesar 62% atau 62 orang.

Berdasarkan data yang telah di dapat responden perempuan lebih banyak membeli produk makanan impor, karena perempuan lebih memiliki keinginan yang lebih besar untuk berbelanja mengikuti trend dibanding dengan laki-laki.

#### b. Karakteristik responden berdasarkan tahun angkatan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, angkatan responden dapat dikelompokkan sebagai berikut:

**Tabel 9**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan**

No.	Tahun Angkatan	Jumlah Responden	Persentase
1.	2018	46	46%
2.	2019	20	20%
3.	2020	31	31%
4.	2021	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Tabel diatas, dapat diketahui bahwa penelitian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdapat 46% atau 46 responden angkatan tahun 2018, 20% atau 20 responden angkatan tahun 2019, 31% atau 31 responden angkatan tahun 2020, dan 3% atau 3 responden angkatan tahun 2021.

#### c. Karakteristik responden berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, usia responden dapat dikelompokkan sebagai berikut:

**Tabel 10**  
**Karakteristik Berdasarkan Usia**

No.	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1.	<20 Tahun	47	47%
2.	>20 Tahun	53	53%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 10 diatas dapat dilihat analisis deskriptif yang berhasil didapatkan dari karakteristik responden, responden terbanyak berusia diatas 20 tahun. Pada saat seseorang memasuki kisaran usia 18-22

tahun mereka sudah mulai mempertimbangkan apa-apa saja yang akan dikonsumsi, salah satunya ialah mengikuti trend untuk gaya hidup.

#### d. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan atau uang saku

Berdasarkan Pendapatan atau uang saku perbulan responden dapat dikelompokkan sebagai berikut:

**Tabel 11**  
**Karakteristik Berdasarkan Pendapatan/uang saku**

No.	Pendapatan/uang saku	Jumlah	Persentase (%)
1.	< Rp.1.000.000,-	82	82%
2.	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000,-	15	15%
3.	> Rp. 2.000.000,-	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 11 diatas dapat dilihat analisis deskriptif yang berhasil didapatkan dari karakteristik responden, responden terbanyak berpenghasilan atau memiliki uang saku <Rp.1.000.000/bulan yaitu sebanyak 82%.

## 2. Analisis Deskriptif Variabel

Dalam Penelitian ini diperoleh data untuk semua variabel sebagaimana dalam tabel 12 berikut:

**Tabel 12**  
**Deskriptif Variabel**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Label Halal	100	3	5	4.57	.607
Harga	100	3	5	4.60	.603
Promosi	100	2	5	4.28	.877
Keputusan Pembelian	100	1	5	4.21	.820
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 12 dapat dilihat Variabel Label Halal dengan sampel 100 responden nilai minimum 3, maximum 5 dengan rata-rata 4,57 artinya variabel label halal lebih mendekati ke arah maximum.

Variabel harga dengan sampel 100 responden nilai minimum 3, maximum 5 dengan rata-rata 4,60 artinya variabel harga lebih mendekati ke arah maximum. Variabel promosi dengan sampel 100 responden nilai minimum 2, maximum 5 dengan rata-rata 4,28 artinya variabel promosi lebih mendekati ke arah maximum. Variabel keputusan pembelian dengan

sampel 100 responden nilai minimum 1, maximum 5 dengan rata-rata 4,21 artinya variabel keputusan pembelian lebih mendekati ke arah maximum.

### 3. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur data valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai dari  $r$  hitung (*correlated item-total correlations*) dengan  $r$  tabel, jika nilai  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel (pada signifikan 5%) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Apabila hasil yang didapatkan berada pada  $r$  hitung  $<$  dari  $r$  tabel maka pernyataan tersebut tidak valid. Untuk mengetahui validitas data kuesioner, maka setiap total skor pernyataan harus dibandingkan dengan  $r$  tabel. Dimana,  $df (N-2)=100-2=98$  dengan signifikan 5% didapat  $r$  tabel 0,1966 dengan ketentuan jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid, namun jika sebaliknya  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

**Tabel 13**  
**Uji Validitas Variabel Label Halal**

Variabel	Item	Corrected Item (rhitung)	r tabel	Keterangan
Label Halal (X <sup>1</sup> )	X1.1	0.745	0,1966	Valid
	X1.2	0.738	0,1966	Valid
	X1.3	0.796	0,1966	Valid
	X1.4	0.689	0,1966	Valid
	X1.5	0.680	0,1966	Valid
	X1.6	0.669	0,1966	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 13 dapat dilihat bahwa pernyataan variabel Label Halal, nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan Label Halal valid.

**Tabel 14**  
**Uji Validitas Variabel Harga**

Variabel	Item	Corrected Item (rhitung)	r tabel	Keterangan
Harga (X <sup>2</sup> )	X2.1	0.694	0,1966	Valid
	X2.2	0.822	0,1966	Valid
	X2.3	0.804	0,1966	Valid
	X2.4	0.677	0,1966	Valid
	X2.5	0.688	0,1966	Valid

	X2.6	0.784	0,1966	Valid
--	------	-------	--------	-------

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 14 dapat dilihat bahwa pernyataan variabel Harga, nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan Harga valid.

**Tabel 15**  
**Uji Validitas Variabel Promosi**

Variabel	Item	Corrected Item (rhitung)	r tabel	Keterangan
Promosi (X3)	X3.1	0.507	0,1966	Valid
	X3.2	0.595	0,1966	Valid
	X3.3	0.605	0,1966	Valid
	X3.4	0.576	0,1966	Valid
	X3.5	0.532	0,1966	Valid
	X3.6	0.585	0,1966	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 15 dapat dilihat bahwa pernyataan variabel Promosi, nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan Promosi valid.

**Tabel 16**  
**Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian**

Variabel	Item	Corrected Item (rhitung)	r tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0.675	0,1966	Valid
	Y2	0.809	0,1966	Valid
	Y3	0.710	0,1966	Valid
	Y4	0.783	0,1966	Valid
	Y5	0.744	0,1966	Valid
	Y6	0.759	0,1966	Valid
	Y7	0.647	0,1966	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 16 dapat dilihat bahwa pernyataan variabel keputusan pembelian, nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan Harga valid.

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat perhitungan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Jika nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,60$  maka data tersebut memiliki keandalan yang tinggi atau reliabel artinya bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan variabel berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Sebaliknya bila *Cronbach alpha*  $< 0,60$  maka dianggap kurang handal, artinya bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dengan waktu dan variabel berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda.

### 1. Variabel Label Halal (X1)

**Tabel 17**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Label Halal (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.883	6

Tabel *reliability statistics* menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* = 0,883 dari 6 item variabel label halal. Dapat dilihat bahwa kuesioner yang digunakan untuk variabel label halal dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur. Karena pernyataan dari variabel label halal memiliki nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) >0,60.

### 2. Variabel Harga (X2)

**Tabel 18**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.895	6

Tabel *reliability statistics* menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* = 0,895 dari 6 item variabel harga. Dapat dilihat bahwa kuesioner yang digunakan untuk variabel harga dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur. Karena pernyataan dari variabel harga memiliki nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) >0,60.

### 3. Variabel Promosi (X3)

**Tabel 19**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.886	6

Tabel *reliability statistics* menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* = 0,886 dari 6 item variabel promosi. Dapat dilihat bahwa kuesioner yang digunakan untuk variabel promosi dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Karena pernyataan dari variabel promosi diatas memiliki nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60.

#### 4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

**Tabel 20**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.885	7

Tabel *reliability statistics* menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* = 0,885 dari 7 item variabel keputusan pembelian. Dapat dilihat bahwa kuesioner yang digunakan untuk variabel keputusan pembelian dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur. Karena pernyataan dari variabel keputusan pembelian diatas memiliki nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60.

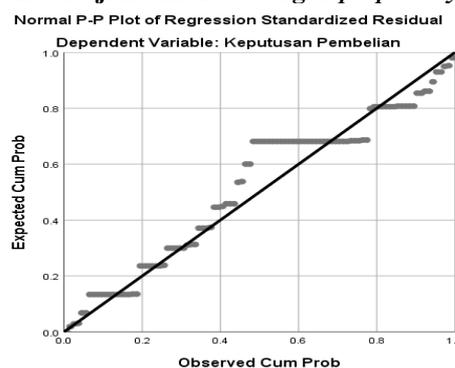
#### c. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

**Gambar 1**  
**Hasil uji normalitas dengan *propability plot***



Sumber : Output hasil olahan data SPSS IBM SPSS Statistic 25 (2022)

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik Ploting yang terdapat pada gambar “*Normal P-P Plot of Regression Standarized Residual*” mengikuti dan mendekati garis diagonalnya. Oleh karena itu, sebagaimana dasar atau pedoman dalam uji normalitas Teknik *probality plot* dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Dengan demikian asumsi normalitas untuk nilai residual dalam analisis regresi linear dalam penelitian ini dapat terpenuhi.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent, jika terjadi korelasi, terdapat masalah Multikolinearitas yang harus diatasi. Masalah Multikolinearitas pada suatu model dapat dilihat dari VIF (*Variance Inflation Faktor*).

Dasar pengambilan keputusan dalam uji Multikolinearitas ini, dilakukan dengan cara melihat nilai *Tolerance* dan VIF. Berdasarkan Nilai *Tolerance* bahwa jika nilai *Tolerance*  $> 0,10$  berarti tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance*  $< 0,10$  berarti terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Berdasarkan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) jika nilai VIF  $< 10,00$  berarti tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi, jika nilai VIF  $> 10,00$  berarti terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

**Tabel 21**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.320	.551		-.581	.563		
Label Harga	.369	.138	.273	2.669	.009	.574	1.743
Harga	.389	.137	.286	2.847	.005	.597	1.676
Promosi	.247	.078	.264	3.155	.002	.858	1.165

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

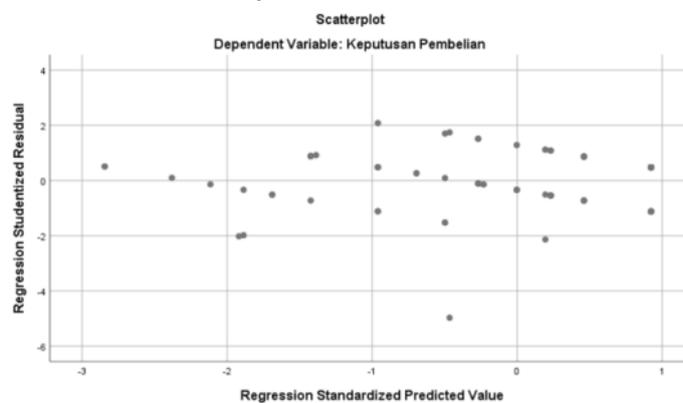
Sumber : Output hasil olahan data SPSS IBM SPSS Statistic 25 (2022)

Berdasarkan tabel *output Coefficients* pada bagian “*Collinearity Statistics*” diketahui nilai *Tolerance* untuk variabel Label Halal (X1) adalah 0.574 lebih besar dari 0,10, variabel Harga (X2) 0.597 > 0,10 dan variabel Promosi (X3) 0.615 > 0,10. Nilai VIF untuk variabel Label Halal (X1) adalah 1.743 < 10,00, variabel Harga (X2) 1.676 < 10,00 dan variabel Promosi (X3) adalah 1.165 < 10,00. Maka mengacu dasar pengambilan keputusan dalam uji *multikolinearitas* dalam model regresi maka artinya dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan menentukan apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Secara sederhana uji ini melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (*zpred*), dengan nilai residualnya (*sresid*). Apabila grafik plot menunjukkan pola tertentu (bergelombang melebar lalu menyempit) maka ada indikasi terjadi *heteroskedastisitas*, apabila tidak ada pola yang jelas maka tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

**Gambar 3**  
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output hasil olahan data SPSS IBM SPSS Statistic 25 (2022)

Berdasarkan Charts diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar tanpa ada pola yang jelas di bagian atas dan bawah atau disekitar angka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

0 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala *heteroskedastisitas*.

#### 4. Teknik Analisis Data

##### a. Analisis Regresi Berga

Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda. Analisis ini dilakukan untuk meneliti apakah ada hubungan sebab akibat antara variabel atau meneliti seberapa besar pengaruh antara variabel independent, yaitu label halal, harga dan promosi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian produk makanan ringan impor.

**Tabel 22**  
**Hasil Pengujian Persamaan Linier Berganda**

Model		Coefficientsa					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-.320	.551		-.581	.563		
	Label halal	.369	.138	.273	2.669	.009	.574	1.743
	Harga	.389	.137	.286	2.847	.005	.597	1.676
	Promosi	.247	.078	.264	3.155	.002	.858	1.165

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output hasil olahan data SPSS IBM SPSS Statistic 25 (2022)

Dari tabel 22 dapat diketahui nilai  $\beta$  yaitu: Constant( $\alpha$ ):-0,320, Label halal: 0,369, Harga: 0,389, Promosi : 0,247.

Jadi, model regresi:  $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3$

$$Y = -0,320 + 0,369 + 0,389 + 0,247$$

Dari model regresi diatas variabel label halal mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 37%, variabel harga mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 39% dan variabel promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 25%. Besarnya pengaruh label halal, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 69% sedangkan 31% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

##### b. Uji Parsial (t)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Uji t dikenal dengan uji parsial yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau variabel Independen (X) secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y). Uji ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat signifikansi pada masing-masing t hitung. Dasar pengambilan an dalam uji t parsial : berdasarkan nilai Signifikansi (Sig.) jika gnifikansi (Sig.) < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima. jika nilai Signifikansi (Sig.) > probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.

Berdasarkan perbandingan t hitung dengan t tabel, jika t hitung > t tabel maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima. Jika t hitung < t tabel maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.

Untuk menentukan nilai t tabel, ditentukan dengan Signifikan 5% dengan derajat kebebasan df (n-k) atau df residual dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah indikator/variabel.

**Tabel 23**  
**Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.320	.551		-.581	.563
	Label Halal	.369	.138	.273	2.669	.009
	Harga	.389	.137	.286	2.847	.005
	Promosi	.247	.078	.264	3.155	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output hasil olahan data SPSS IBM SPSS Statistic 25 (2022)

Dari tabel output SPSS “*Coefficiens*” di atas dilakukan uji untuk mengetahui apakah variabel Label Halal (X1), Harga (X2) dan Promosi (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

**Hipotesis 1: Variabel Label Halal (X1) berpengaruh terhadap Keputusan an produk makanan impor**

Berdasarkan nilai Signifikansi (Sig.) dari variabel label halal sebesar 0,009. Karena nilai Sig.  $0,009 < \text{probabilitas } 0,05$ . Nilai t hitung label halal 2,669  $>$  dari 1,985 maka dapat disimpulkan bahwa  $H^1$  atau hipotesis pertama diterima. Artinya dengan demikian label halal berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor.

**Hipotesis 2: Variabel Harga (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk makanan impor**

Berdasarkan nilai Signifikansi (Sig.) dari variabel harga (X2) adalah 0,005. Karena nilai Sig.  $0,005 < \text{probabilitas } 0,05$ . Nilai t hitung harga 2,847  $>$  dari 1,985 dapat disimpulkan bahwa  $H^2$  atau hipotesis kedua diterima. Artinya dengan demikian harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor.

**Hipotesis 3: Variabel Promosi (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk makanan impor**

Berdasarkan nilai Signifikansi (Sig.) dari variabel promosi (X3) adalah sebesar 0,002. Karena nilai Sig.  $0,002 < \text{probabilitas } 0,05$ . Nilai t hitung variabel promosi 3,155  $>$  dari 1,985 maka dapat disimpulkan bahwa  $H^3$  atau hipotesis ketiga diterima. Artinya dengan demikian maka promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
 2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

### c. Uji Simultan (f)

Uji Simultan atau uji  $F$  digunakan untuk mencari apakah variabel independen secara Bersamaan (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji  $F$  dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0,5 atau 5%, jika nilai signifikan  $F < 0,05$  maka dapat diartikan bahwa variabel Independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya. Adapun ketentuan dari uji  $F$  adalah sebagai berikut:

- 1). Jika nilai signifikan  $F < 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/ terikat.
- 2). Jika nilai signifikan  $F > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/ terikat.

Berdasarkan perbandingan Nilai  $F$  hitung dengan  $F$  tabel

- 1) Jika nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel, maka hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai  $F$  hitung  $< F$  tabel maka hipotesis ditolak.

**Tabel 24**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.160	3	9.387	23.449	.000 <sup>b</sup>
	Residual	38.430	96	.400		
	Total	66.590	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Label Halal, Harga

Sumber : Output hasil olahan data SPSS IBM SPSS Statistic 25 (2022)

**Hipotesis 4: Variabel Label Halal, Harga dan Promosi (X1, X2, X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk makanan ringan impor.**

Berdasarkan tabel 24 dapat diperoleh keputusan  $H_0$  diterima. Hal ini dapat dilihat dari  $F$  hitung yaitu sebesar

23.449 sedangkan F tabel dengan tingkat signifikan 5 % dan rumus F tabel =  $N-K = 100-4 = 96$  maka F tabel didapat 2,31. F hitung > dari nilai F tabel. Sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. maka dapat disimpulkan bahwa  $H^4$  atau hipotesis keempat diterima.

#### d. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) bertujuan mengukur kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen. nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilai mendekati 1 maka semakin besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, diukur dengan koefisien korelasi (R).

**Tabel 25**  
**Hasil Uji R<sup>2</sup>**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.650 <sup>a</sup>	.423	.405	.633

a. Predictors: (Constant), Promosi, Label Halal, Harga

Sumber : Output hasil olahan data SPSS IBM SPSS Statistic 25 (2022)

Berdasarkan tabel output SPSS “Model Summary” di atas, diketahui nilai Adjusted R Square 0,405 atau sama dengan 40,5%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel label halal (X1), variabel harga (X2) dan variabel promosi (X3) secara simultan (Bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 40,5% sedangkan sisanya 59,5% dipengaruhi oleh variabel lain. Besarnya hubungan antara label halal, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah 0,650, hal ini menunjukkan pengaruh kuat.

## e. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh Label Halal terhadap keputusan pembelian makanan ringan impor

Dari hasil pengujian instrumen, bahwa pada saat pengujian kualitas data semua pernyataan yang ada pada kuesioner dikatakan valid dengan ketentuan melebihi nilai  $r$  tabel dan untuk nilai reabilitas diatas standar dapat dikatakan kuesioner yang ada dinyatakan reliabel untuk pengujian selanjutnya, dapat dilihat juga dari hasil nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 diterima.

Label Halal berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian, Dapat dilihat dari nilai signifikan label halal sebesar 0,009 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Hal ini berarti faktor pemberian label halal, keterangan halal, baik yang berupa kalimat, atau gambar, menjadi penentu keputusan pembelian makanan ringan impor.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang diteliti oleh Dewi Kurnia Sari dan Ilyda Sudardjat tahun 2018 yang menguji analisis pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan pada Mahasiswa kedokteran universitas sumatera utara, dimana secara nilai signifikan label halalnya adalah 0,025 parsial label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan.<sup>72</sup>

Hal ini dikarenakan sampel dari penelitian ini ketika melakukan keputusan pembelian sudah memiliki pemahaman dan pandangan bahwa label halal penting dan memperhatikan label halal pada kemasan produk.

<sup>72</sup> Izzuddin, Ahmad. 2018. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner". Univesitas Muhammadiyah Jember. Halaman: 109

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUTHAN THAHA SAIFUDDIN  
J A M B I

## 2. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian makanan ringan impor

Dari hasil pegujian instrumen, bahwa pada saat pengujian kualitas data semua pernyataan yang ada pada kuesioner dikatakan valid dengan ketentuan melebihi nilai r tabel dan untuk nilai reabilitas diatas standar dapat dikatakan kuesioner yang ada dinyatakan reliabel untuk pengujian selanjutnya, dapat dilihat juga dari hasil nilai t hitung  $>$  t tabel maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 2 diterima.

Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dapat dilihat dari nilai signifikan harga sebesar 0,005 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Hal ini berarti indikator yang mempengaruhi harga seperti keterjangkauan, sesuai kemampuan konsumen, kesesuaian dengan kualitas dan kesesuaian dengan manfaat produk menjadi penentu keputusan pembelian makanan ringan impor.

Hasil penelitian ini sesuai juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hernama dan Lies Handrijaningsih tahun 2021 yang menguji pengaruh labelisasi halal, citra merk dan harga terhadap keputusan mie instan impor di kalangan mahasiswa. Dimana secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan impor pada mahasiswa.<sup>73</sup>

Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitria Sylvania Mujiono tahun 2018 yang meneliti pengaruh label halal, pendapatan dan harga produk terhadap preferensi konsumen dalam keputusan pembelian produk makanan impor, dimana hasil nilai signifikannya adalah 0,016 yang berarti variabel harga berpengaruh

<sup>73</sup> Hernama dan Lies Handrijaningsih. 2021. "pengaruh labelisasi halal, citra merk dan harga terhadap keputusan mie instan impor di kalangan mahasiswa". Universitas Gunadarma. Halaman: 61

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan ringan impor.<sup>74</sup>

Dalam penelitian ini, konsumen mempertimbangkan harga dalam keputusan pembelian yang diambil, karena harga produk impor dinilai konsumen masih terjangkau dan sesuai dengan daya beli masyarakat, disertai dengan kualitas dan manfaat produk yang sebanding dengan harga yang dibayar oleh konsumen.

### 3. Pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian makanan ringan impor

Dari hasil pegujian instrumen, bahwa pada saat pengujian kualitas data semua pernyataan yang ada pada kuesioner dikatakan valid dengan ketentuan melebihi nilai r tabel dan untuk nilai reabilitas diatas standar dapat dikatakan kuesioner yang ada dinyatakan reliabel untuk pengujian selanjutnya, dapat dilihat juga dari hasil nilai t hitung > t tabel maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 3 diterima.

Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dapat dibuktikan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat dari nilai signifikan promosi sebesar 0,002 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Hal ini berarti promosi yang baik dan dilakukan dibanyak media seperti media sosial (*Youtube, Instagram, Tiktok, Facebook*) dan Televisi dapat menjadi penentu keputusan pembelian makanan ringan impor.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Asy'arie Muhammad tahun 2018 tentang pengaruh labelisasi halal, harga, promosi dan rasa terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk mie samyang di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dimana hasil yang didapat dari penelitian tersebut secara parsial variabel

<sup>74</sup> Mujiono, Fitria Sylvania. 2018. "Analisis pengaruh label halal, pendapatan dan harga produk terhadap preferensi konsumen dalam keputusan pembelian produk makanan impor". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Halaman: 12

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUTHAN THAHA SAIFUUDIN  
J A M B I

promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mie samyang dengan nilai signifikan 0,001.<sup>75</sup>

Dalam penelitian ini di dapat kesimpulan bahwa konsumen akan mengambil keputusan pembelian dengan melihat atau mengetahui produk tersebut melalui promosi, karena promosi merupakan media yang dapat memperkenalkan atau mengkomunikasikan nilai dari produk yang dijual.

#### **4. Pengaruh Label Halal, Harga, dan Promosi terhadap keputusan pembelian makanan ringan impor secara simultan**

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen (label halal, harga dan promosi) memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel dependen ( keputusan pembelian) hal ini ditandai dengan nilai F hitung yaitu sebesar 9,860 sedangkan F tabel 2,31.  $F_{hitung} >$  dari nilai F tabel. Sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. maka dapat disimpulkan bahwa  $H^4$  atau hipotesis keempat diterima.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Atwal Arifin tahun 2022 tentang pengaruh labelisasi halal, harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian sosis kanzler di swalayan Indomaret Sragen, dimana hasil yang didapat dari penelitian tersebut variabel labelisasi halal, harga dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sosis kanzler dengan nilai F yang diperoleh sebesar 60,073 dan  $\text{sig } F < 5\%$  yaitu  $0,000 < 0,5$  dan  $F_{hitung} 60,073 > F_{tabel}$ , dimana nilai F tabel sebesar 2,32.<sup>76</sup>

## **BAB V**

<sup>75</sup> Asy'arie Muhammad. 2018. *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi Dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Halaman: 94

<sup>76</sup> Arifin, Atwal. 2022. "Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Kanzler Oleh Generasi Milenial (Studi Pada Konsumen Swalayan Indomaret Sragen)". *Jurnal Ilmiah dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Halaman: 425

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab Sebelumnya, maka peneliti dapat mendeskripsikan kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Label Halal berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor.
2. Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor.
3. Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan impor.
4. Variabel label halal, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian makanan ringan impor.

### B. Saran

Sehubung dengan penelitian yang telah penulis lakukan dan berdasarkan temuan-temuan di lapangan, maka penulis memberikan beberapa saran kepada beberapa pihak yang terkait:

1. Dengan berpengaruhnya label halal terhadap keputusan pembelian maka diharapkan kepada produsen luar yang belum memiliki label halal untuk dapat mendaftarkan produknya ke pihak yang berwenang agar segera mendapatkan sertifikat halal dan Produsen harus tetap mempertahankan kualitas produk dengan cara menjaga kehalalan produk.
2. Untuk harga makanan ringan impor diharapkan dapat lebih disesuaikan dan tidak memberatkan konsumen.
3. Produsen dapat melakukan promosi yang menarik seperti memberikan diskon harga atau iklan agar produknya dapat lebih banyak peminatnya.
4. Bagi peneliti selanjutnya apabila ingin meneliti hal yang sama, maka disarankan agar menambah variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Literatur

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunan Kalijaga

- Amir, M. (2005). *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindopustaka Utama.
- Burhanuddin. (2011). *Pemikiran Hukum. Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*.
- Yunia Fauzia, Ika dkk. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Ghozali, Imam (2009) *Aplikasi analisis Multivariate dengan program SPSS*, Semarang: UNDIP.
- Husein, Umar. (2002). *Research Methods in Finance and Bankig*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Armstrong (2001) *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jakarta: Erlangga.
- Jakaria, Y. (2015). *Mengelola data Penelitian Kuantitatif dengan SPSS*. Bandung: Alfabeta .
- Majelis Ulama Indonesia (2010) *Himpunan Fatwa majelis ulama Indonesia* . Jakarta: Majelis Ulama Indonesia.
- Santoso, Sanggih (2000) *Buku Latihan SPSS Parametrik*, Jakarta: PT. Gramedia.
- Sugiyono (2009) *Metode Penelitian (Penelitian Kuantitatif, Kualitataif Dan R Dan D)*. Bandung: Alfabeta.
- Simamora, Bilson. (2011). *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitable*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tanjung, Marolop. (2019). *Aspek dan Prosedur Ekspor dan Impor*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- B. Penelitian**
- Ali, Muhammad Taufik Ranchman;. (2017). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 6 nomor 9.
- Arifin, Atwal (2022) *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Kanzler Oleh Generasi Milenial (Studi Pada Konsumen Swalayan Indomaret Sragen)* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Asy'arie Muhammad. 2018. *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi Dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Astuti, T. P. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ips Fitk Uin Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Hernama dan Lies Handrijaningsih (2021) *pengaruh labelisasi halal, citra merk dan harga terhadap keputusan mie instan impor di kalangan mahasiswa Universitas Gunadarma*.

<https://febi.uinjambi.ac.id/>

Mujiono, Fitria Sylvania (2018) *Analisis pengaruh label halal, pendapatan dan harga produk terhadap preferensi konsumen dalam keputusan pembelian produk makanan impor* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Kristiningrum, D. A. (2019). *Jurnal Standardisasi. Pengaruh Pemberlakuan Wajib SNI Baterai Primer Terhadap Impor Produk Baterai Primer Indonesia*, Volume 21 Nomor 2.

Lahaling, H., Makkulawuzar, K., & Rukka, S,. (2015). *Hakikat Labelisasi Halal terhadap Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Volume 1 Issue 2.

Malau, Handini. (2019). *Skripsi Thesis, Universitas Quality . Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Kegiatan Impor Pada Pt. Ccl Pacific Logistic Indonesia Studi Kasus : Rukan New Gading Batavia Blok Lc 10/29, Jakarta*.

Mardiah dan Dra. Ernawaty, M.Si. (2013). *Program Studi Ilmu Administrasi Negara Jurusan Ilmu Administrasi. Jurnal pelaksanaan pengawasan terhadap produk makanan impor oleh balai besar pengawas obat dan makanan (bbpom) di kota pekanbaru*.

Mardiah dan Dra. Ernawaty, M.Si. (2013). *Program Studi Ilmu Adminis Negara Jurusan Ilmu Administrasi . Jurnal pelaksanaan pengaw terhadap produk makanan impor oleh balai besar pengawas obat dan makanan (bbpom) di kota pekanbaru*.

Muhammad Taufik Ranchman Ali. (2017). *Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 6 nomor 9.

Neuman, Y. K. (2002). *Teaching Sociology. Sosial Research Methode Qualitative and Quantitative Approaches* , Volume 3, nomor 3.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi



- S.E. Zaluchu: *Metode Penelitian di dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan Jurnal Teologi Berita Hidup*, ISSN 2654-5691 (online), 2656-4904.
- Tri Puji, Astuti;. (2018). Jurusan Pendidikan IPS FITK UIN Syarif Hidayatullah. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa*.
- Wardhani, S. Y. (2015). *Jurnal Manajemen dan Organisasi* , Volume VI, Nomor 1.
- Wibowo dan Mandusari. (2019). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim terhadap produk makanana di kota Pekalongan*.
- Widodo, SY Rusimah, dan N Choirunisa. (2020). Factors Affecting to Consumers. *Attitude towards Halal Label on Nugget and Sausage Packaging: A Case Study on Housewives at One Residential in Yogyakarta City*, AGRARIS, Vol. 4 No.1.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi



## KUISIONER

**Responden yang terhormat,** Saya mohon kesediaan Anda meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Jawaban yang jujur yang Anda berikan sangat berguna bagi penelitian yang sedang saya lakukan, dengan judul:

**PENGARUH LABEL HALAL, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN RINGAN IMPOR PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS  
ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI**

---

### PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah data diri anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada identitas responden atau bagian satu dengan cara memberi tanda lingkaran pada jawaban.
2. Responden diharapkan membaca terlebih dahulu deskripsi masing-masing pertanyaan sebelum memberikan jawabanya.
3. Pilih salah satu jawaban dan berilah tanda cheklis(  $\surd$  ) pada kolom bagian dua yang menurut rekan-rekan mahasiswa sesuai atau paling tepat.
4. Masing-masing jawaban memiliki makna sebagai berikut:
  - 1: Sangat Tidak Setuju
  - 2: Tidak Setuju
  - 3: Kurang Setuju
  - 4: Setuju
  - 5: Sangat Setuju
5. Diharapkan untuk tidak menjawab lebih dari satu pilihan jawaban.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntha Jambi

@ Hak cipta milik UIN Suntha Jambi  
State Islamic University of Sunthan Thaha Saifuddin Jambi

## BAGIAN I

Petunjuk Pengisian: Berilah tanda (O) pada jawaban yang anda anggap paling benar.

1. Nama :.....
2. Jurusan :
  - a. Ekonomi Syariah Manajemen Keuangan Syariah
  - b. Perbankan Syariah Akuntansi Syariah
3. Angkatan :
  - a. 2018
  - b. 2019
  - c. 2020
  - d. 2021
4. Jenis Kelamin:
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
5. Usia anda saat ini:
  - a. < 20 th
  - b.  $\geq$  20 th
6. Penghasilan/uang saku anda per bulan :
  - a. Kurang dari Rp 1.000.000,-
  - b. Rp 1.000.000, - Rp 2.000.000,-
  - c. Lebih dari Rp. 2.000.0000,-
7. Apakah anda merupakan mahasiswa aktif di UIN Sultan Thaha Saifuddin jambi?
  - a. Ya
  - b. Tidak
8. Berapa kali dalam seminggu anda mengkonsumsi makanan ringan import?
  - a. Sebulan Sekali
  - b. Seminggu 2 Kali
  - c. Setiap Hari
  - d. Tidak Pernah
9. Apa saja makanan ringan impor yang anda sering konsumsi.....

## BAGIAN II

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntha Jambi

Label Halal		Skor				
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Saya mengetahui gambar atau label halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI.					
2.	Saya membaca tulisan yang terdapat di label halal yang dikeluarkan oleh MUI sebelum membeli produk makanan ringan impor.					
3.	Saya memperhatikan adanya kombinasi gambar dan tulisan pada halal pada makanan ringan impor sebelum melakukan pembelian.					
4.	Terdapatnya Label Halal mempermudah saya mengetahui halal atau tidak produk makanan ringan impor tersebut di konsumsi.					
5.	Saya melihat terlebih dahulu label halal pada kemasan produk makanan ringan impor sebelum melakukan pembelian					
6.	Adanya Label Halal menjadi pertimbangan saya dalam memilih produk makanan ringan impor sebelum saya melakukan pembelian produk.					

Harga		Skor				
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Harga produk makanan ringan impor yang di tawarkan masih terjangkau untuk saya beli.					
2.	Saya merasa harga produk makanan ringan impor yang ditawarkan relatif murah di kalangan mahasiswa.					
3.	Saya merasa harga produk makanan ringan impor yang ditawarkan terjangkau untuk semua kalangan bukan hanya mahasiswa.					
4.	Harga produk makanan ringan impor mampu bersaing dengan daya beli masyarakat Indonesia.					
5.	Harga produk makanan ringan impor sesuai dengan kualitas yang diberikan.					
6.	Harga produk makanan ringan sesuai dengan manfaat yang diberikan.					
Promosi		Skor				

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntha Jambi

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Saya sering melihat iklan produk makanan ringan impor di televisi pada sore hari dan malam hari.					
2.	Promosi yang dilakukan melalui review youtuber di sosial media membuat saya tertarik untuk mencoba dan melakukan pembelian produk makanan ringan impor.					
3.	Saya lebih sering melihat iklan makanan ringan impor di youtube dan televisi.					
4.	Saya mendapatkan informasi tentang makanan ringan impor dari brosur atau pamflet, iklan radio, televisi dan media sosial.					
5.	Pameran produk makanan ringan impor sangat menarik minat saya untuk membeli.					
6.	Saya mendapatkan potongan harga, bila saya sudah membeli produk makanan ringan impor diatas jumlah pembelian rata-rata.					

Keputusan Pembelian		Skor				
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Saya membeli produk makanan impor karena memiliki kualitas unggul.					
2.	Saya akan mengevaluasi informasi dari produk yang saya lihat dari iklan sebelum melakukan keputusan pembelian.					
3.	Alternatif-alternatif produk makanan lokal kurang menjadi pertimbangan saya ketika memutuskan membeli produk makanan ringan impor.					
4.	saya membeli makanan ringan impor tersebut karena sedang viral dan mereknya yang terkenal.					
5.	Saya akan kembali membeli produk makanan ringan impor meskipun banyak produk makanan ringan lokal yang terjual di toko.					
6.	Saya kembali lagi untuk membeli kembali makanan ringan impor karena saya merasa puas dengan produk, harga, dan promosi produknya.					

TABULASI DATA KUESIONER

X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	Tota l X1	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	Tota l X2	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	tota l X3	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	tota l Y
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	3	32
3	2	2	2	3	3	15	3	3	2	2	2	3	15	5	5	5	5	5	5	30	2	2	2	3	2	2	2	15
4	4	3	3	3	3	20	4	4	3	3	3	4	21	5	5	5	5	5	5	30	3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	4	5	4	4	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	4	4	32
4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	3	4	23	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	2	2	2	2	23
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	4	4	28	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	3	4	3	3	4	3	20	4	4	4	4	5	4	5	30
5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	3	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	4	4	4	31
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	4	4	3	26	4	5	4	4	5	3	4	29
4	4	5	5	5	5	28	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	4	3	3	21	3	3	4	4	4	3	21	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	21
4	3	3	5	5	5	25	5	4	4	4	4	4	25	3	4	3	2	3	4	19	4	3	3	4	4	4	3	25
4	4	3	4	4	3	22	4	4	4	4	3	3	22	3	4	2	3	4	2	18	3	3	3	3	4	3	3	22
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	3	4	4	4	25	5	4	4	4	4	4	25	4	3	3	3	4	3	20	4	4	4	4	3	3	3	25
4	4	4	3	3	4	22	3	3	4	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	3	3	2	4	22
4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	5	4	25	3	4	2	3	4	3	19	4	3	5	4	3	3	3	25
4	4	4	4	5	5	26	5	4	4	5	4	4	26	4	5	5	4	3	3	24	4	3	5	2	5	2	5	26
3	5	5	5	5	5	28	5	5	5	4	5	4	28	3	5	4	4	5	4	25	4	4	3	4	4	5	4	28
4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	4	29	3	3	4	5	5	4	24	4	4	4	4	5	4	4	29
3	3	3	3	4	4	20	3	3	3	4	4	3	20	3	3	4	5	4	3	22	3	4	5	3	1	1	3	20
4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	5	5	4	26	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	3	5	2	4	26
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	23	3	4	3	4	4	3	3	24
3	3	3	4	4	4	21	3	3	3	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	3	3	3	21
4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	4	3	3	22	4	4	3	4	3	3	21	3	3	3	4	4	2	3	22
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	2	5	5	1	1	1	15	1	4	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	3	3	22	4	3	4	4	4	3	22	3	3	3	3	3	4	19	4	3	3	3	3	3	3	22
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35

Dilarang Diunduh  
 Dilarang mengutip  
 a. Pengutipan hanya untuk  
 b. Pengutipan tidak boleh  
 Dilarang memperbanyak

Thaha Saif

kritik atau tinjau

5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	2	4	3	5	3	5	22	5	4	5	4	4	4	4	30
4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	2	3	2	4	23
3	3	3	4	4	4	21	3	3	3	4	4	4	21	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	3	4	4	3	22	4	4	4	4	3	3	22	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	3	3	22
3	3	4	4	4	4	22	4	4	3	4	4	3	22	3	4	3	4	4	4	22	3	3	5	2	3	2	4	22
5	4	5	5	5	4	28	5	5	5	5	4	4	28	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	3	5	5	4	24	5	4	4	3	3	5	24	5	2	5	3	5	5	25	4	3	4	3	4	3	3	24
4	4	3	4	4	5	24	4	4	4	4	4	4	24	2	4	5	4	3	2	20	2	4	4	2	5	2	5	24
4	4	5	5	5	5	28	5	4	4	5	4	5	27	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	4	5	3	3	28
5	5	4	4	5	5	28	5	5	4	4	5	5	28	5	4	5	5	4	4	27	5	4	4	4	5	1	5	28
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	3	3	31
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	4	4	25	4	5	4	4	4	4	5	30
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	3	5	28	5	5	5	5	4	5	29	5	4	5	4	5	3	5	31
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	29	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	5	5	4	4	33
5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	4	3	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	6	5	31	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	4	34
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	4	5	5	27	4	5	4	5	5	5	4	32
5	5	5	5	4	4	28	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	29	4	5	5	4	4	5	5	32
5	5	5	4	5	4	28	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	4	5	4	32
5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	5	29	4	5	4	5	5	5	5	33
5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29	4	3	5	5	4	4	4	29
5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	5	29	4	5	4	5	4	4	26	4	5	5	4	4	4	4	30
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35

Dilarang mer  
 a. Pengutipan  
 b. Pengutipan  
 Dilarang mer

Thaha Saif  
 kritik atau tinjau

5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	5	34
5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	4	5	29	5	5	4	5	5	5	5	34
5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	3	28	4	4	5	5	5	5	5	33
5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	4	4	4	5	32
5	5	4	5	5	5	29	5	5	4	5	4	5	28	5	5	4	4	5	5	28	4	4	4	5	5	4	5	31
5	4	3	5	5	4	26	5	4	5	5	5	5	29	4	4	4	5	5	5	27	4	5	5	5	5	5	5	34
5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	4	29	5	4	4	4	5	5	27	5	4	5	5	5	5	5	34
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	4	29	5	4	4	5	4	4	26	5	5	4	5	5	5	4	33
5	4	5	5	4	5	28	4	5	5	5	5	4	28	4	5	5	5	5	5	29	5	4	5	4	5	5	4	32
4	4	4	5	5	5	27	4	5	5	5	4	4	27	4	4	4	5	4	3	24	4	4	4	3	4	3	5	27
5	5	4	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	3	4	5	5	5	5	4	31
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	4	29	3	5	5	4	5	4	26	4	5	5	5	5	5	4	33
5	5	5	5	4	5	29	4	5	5	4	5	5	28	4	5	5	5	5	4	28	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	4	5	5	28	5	4	5	5	5	5	29	5	5	4	5	5	5	29	4	5	5	5	5	4	4	32
4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	5	5	4	26	2	4	3	4	3	2	18	3	4	4	4	4	2	5	26
5	5	5	4	4	5	28	5	4	5	5	4	5	28	4	4	5	5	4	5	27	5	5	5	4	4	5	4	32
5	4	5	4	5	5	28	5	5	5	4	5	5	29	4	5	5	5	5	4	28	5	5	5	5	4	3	5	32
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	4	28	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29	3	5	4	5	5	5	27	4	5	5	5	5	5	4	33
5	4	4	5	5	5	28	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	4	4	32
5	5	5	5	5	4	29	4	5	5	5	5	5	29	4	4	5	5	5	5	28	4	5	5	5	5	5	5	34
4	4	5	5	4	4	26	4	4	4	5	4	5	26	5	5	5	4	5	5	29	3	4	4	4	3	4	4	26
5	5	5	5	5	3	28	5	5	5	5	5	4	29	5	5	4	5	3	4	26	5	5	5	4	4	5	4	32
4	4	4	5	5	5	27	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	4	4	5	30
5	5	4	5	5	4	28	5	5	5	5	5	4	29	5	4	4	5	5	4	27	4	5	5	4	4	4	5	31
4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	4	5	29	5	5	4	4	4	5	27	4	5	5	5	5	5	4	33
4	5	5	4	5	5	28	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	5	5	5	5	33
5	5	5	4	5	4	28	5	5	5	4	4	5	28	3	4	4	5	4	4	24	5	5	4	5	5	4	4	32
4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	4	29	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	5	5	4	5	34
5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	4	4	4	26	5	5	4	5	3	4	4	30
4	5	5	5	4	5	28	4	5	4	5	5	5	28	4	4	5	5	5	5	28	5	4	4	4	5	5	5	32
4	5	5	4	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	3	5	3	5	30
4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	5	25	5	5	4	5	5	5	29	4	4	4	5	4	2	2	25

Dilarang mer  
 Dilarang mer  
 a. Pengutipan  
 b. Pengutipan  
 Dilarang mer

an Thaha Saif  
 an kritik atau tinjau

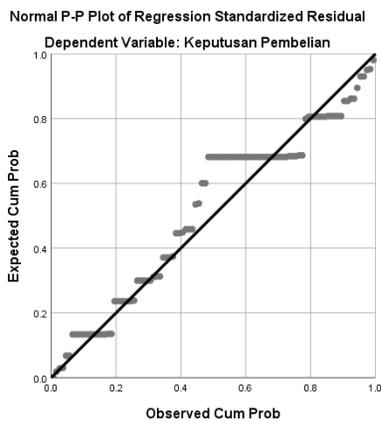
## Hasil Uji Menggunakan SPSS

### 1. Analisis Deskriptif Variabel

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Label Halal	100	3	5	4.57	.607
Harga	100	3	5	4.60	.603
Promosi	100	2	5	4.28	.877
Keputusan Pembelian	100	1	5	4.21	.820
Valid N (listwise)	100				

### 2. Uji Normalitas



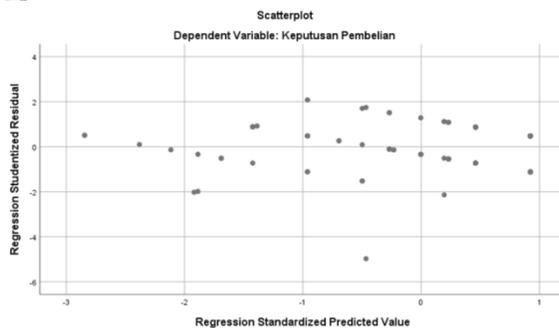
### 3. Uji multilinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.320	.551		-.581	.563		
	Label Halal	.369	.138	.273	2.669	.009	.574	1.743
	Harga	.389	.137	.286	2.847	.005	.597	1.676
	Promosi	.247	.078	.264	3.155	.002	.858	1.165

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### 4. Uji Heteroskedastisitas



## 5. Uji validitas

### Correlations

		Label Halal	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TotalX1
Label Halal	Pearson Correlation	1	.686**	.593**	.546**	.490**	.409**	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.686**	1	.712**	.529**	.455**	.455**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.593**	.712**	1	.614**	.523**	.588**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.546**	.529**	.614**	1	.602**	.520**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.490**	.455**	.523**	.602**	1	.652**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.409**	.455**	.588**	.520**	.652**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TotalX1	Pearson Correlation	.778**	.813**	.859**	.792**	.771**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

### Correlations

		Harga	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TotalX2
Harga	Pearson Correlation	1	.690**	.632**	.455**	.432**	.545**	.766**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.690**	1	.732**	.538**	.576**	.594**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.632**	.732**	1	.717**	.665**	.591**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.455**	.538**	.717**	1	.634**	.478**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.432**	.576**	.665**	.634**	1	.540**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.545**	.594**	.591**	.478**	.540**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TotalX2	Pearson Correlation	.766**	.847**	.892**	.785**	.799**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Correlations

		Promosi	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TotalX3
Promosi	Pearson Correlation	1	.489**	.579**	.557**	.589**	.643**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.489**	1	.582**	.505**	.436**	.433**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.579**	.582**	1	.573**	.499**	.523**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.557**	.505**	.573**	1	.683**	.648**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.589**	.436**	.499**	.683**	1	.704**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.643**	.433**	.523**	.648**	.704**	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TotalX3	Pearson Correlation	.815**	.700**	.779**	.828**	.821**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Ditirang memperbanyak sebagaian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surha Jambi

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surha Jambi

### Correlations

		Keputusan Pembelian	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TotalY
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	1	.608**	.511**	.473**	.418**	.452**	.359**	.695**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.608**	1	.661**	.612**	.551**	.585**	.497**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.511**	.661**	1	.469**	.450**	.461**	.527**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.473**	.612**	.469**	1	.616**	.741**	.433**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.418**	.551**	.450**	.616**	1	.599**	.630**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.452**	.585**	.461**	.741**	.599**	1	.497**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.359**	.497**	.527**	.433**	.630**	.497**	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TotalY	Pearson Correlation	.695**	.822**	.731**	.816**	.792**	.828**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Label Halal	218.15	659.583	.745	.	.927
X1.2	218.19	657.267	.738	.	.927
X1.3	218.23	651.795	.796	.	.926
X1.4	218.10	661.586	.689	.	.928
X1.5	218.09	661.335	.680	.	.928
X1.6	218.09	661.699	.669	.	.928
TotalX1	195.25	544.290	.900	.	.922
Harga	218.12	661.319	.694	.	.928
X2.2	218.13	656.639	.822	.	.927
X2.3	218.12	656.592	.804	.	.927
X2.4	218.08	661.509	.677	.	.928
X2.5	218.13	658.619	.688	.	.927
X2.6	218.15	657.078	.784	.	.927
TotalX2	195.13	542.842	.913	.	.921
Promosi	218.44	659.562	.507	.	.928
X3.2	218.23	661.633	.595	.	.928
X3.3	218.32	658.018	.605	.	.928
X3.4	218.24	658.992	.576	.	.928
X3.5	218.33	660.607	.532	.	.928
X3.6	218.36	655.627	.585	.	.927
TotalX3	196.32	549.594	.651	.	.933
Keputusan Pembelian	218.51	654.192	.675	.	.927
Y2	218.35	650.634	.809	.	.926
Y3	218.26	656.073	.710	.	.927
Y4	218.44	647.017	.783	.	.926
Y5	218.35	649.806	.744	.	.926
Y6	218.73	638.825	.759	.	.925
Y7	218.50	654.798	.647	.	.927
TotalY	192.82	468.796	.950	.	.930

6. Uji Reabilitas  
a. Label Halal

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.883	.883	6

b. Harga

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.895	.895	6

c. Promosi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.886	.885	6

d. Pengambilan keputusan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.885	.888	7

7. Uji parsial (t)

Tabel Uji t Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.320	.551		-.581	.563
	Label Halal	.369	.138	.273	2.669	.009
	Harga	.389	.137	.286	2.847	.005
	Promosi	.247	.078	.264	3.155	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel  
Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.160	3	9.387	23.449	.000 <sup>b</sup>
	Residual	38.430	96	.400		
	Total	66.590	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

8. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.650 <sup>a</sup>	.423	.405	.633

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Label Halal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surba Jambi

Nomor : B-220/D.V.1/PP.00.9/01/2022 13 Januari 2022  
Lampiran : -  
Perihal : Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi

Kepada Yth.

**1. Efni Anita, M.E.Sy**  
**2. Nurfitri Martaliah, M.E.K**  
di  
Jambi

*Assalamu'alaikum. Wr. Wb*

Berdasarkan surat permohonan tanggal 31 Desember 2021 perihal permohonan penunjukan Dosen Pembimbing atas nama :

Nama : Sri Rezeki  
NIM : 501180056  
Semester/Prodi : VII (Tujuh)/Ekonomi Syariah  
Tahun Akademik : 2021/2022  
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan ringan Impor**

Dengan ini menunjuk Bapak/Ibu sebagai Dosen Pembimbing dalam penyelesaian skripsi mahasiswa tersebut di atas dengan susunan sebagai berikut :

**1. Efni Anita, M.E.Sy** (Pembimbing 1)  
**2. Nurfitri Martaliah, M.E.K** (Pembimbing 2)

Demikian penunjukan Dosen Pembimbing ini disampaikan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian, bimbingan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum. Wr. Wb*

Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan,

  
Dr. Rafidah, SE., M.El  
NIP. 19710515 199103 2 001

Tembusan Yth:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi;
2. Saudara **Sri Rezeki**

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli;  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sufha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sufha Jambi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. ArifRahman Hakim No.1 Telanaipura Jambi 36122 Telp./Fax: (0741) 65600 website: [febi-uinstsjambi.ac.id](http://febi-uinstsjambi.ac.id)

**PENGESAHAN JUDUL SKRIPSI**  
NOMOR: B-166/D.V.1/PP.00.9/04/2022

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri SulthanThaha Saifuddin Jambi dengan ini mengesahkan judul skripsi :

Nama : Sri Rezeki  
NIM : 501180056  
Semester/Prodi : VIII ( Delapan ) / Ekonomi Syariah  
Hari / tgl seminar : Senin / 28 Maret 2022  
Judul Skripsi : “ Pengaruh Label Halal, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan Impor pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Demikian pengesahan judul skripsi ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jambi, 04 April 2022  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan,

  
**Dr. Rafidah, SE., M.EI**  
NIP. 19710515 199103 2 001

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli;  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Arif Rahman Hakim No.1 Telanaipura Jambi 36122 Telp./Fax: (0741) 65600 website: [febi-iainstsjambi.ac.id](http://febi-iainstsjambi.ac.id)

**SURAT IZIN RISET**

**Nomor : B 652 /D.V/D.V.I/PP.009/04/2022**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi dengan ini memberikan izin kepada :

NAMA : Sri Rezeki  
NIM : 501180056  
Semester / Jurusan : VIII (Delapan) / Ekonomi Syariah  
Tahun Akademik : 2022/2023  
Judul Skripsi : **“ Pengaruh Label Halal, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi “**

Untuk melakukan riset di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terhitung sejak tanggal 7 April s/d 7 Juli 2022.

Demikian surat ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jambi, 6 April 2022

a.n.Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik  
Dan Kelembagaan

**Dr. Rafidah, SE., M.EI**

**NIP. 19710515 199103 2 001**

Tembusan:

Yth. Dekan FEBI UIN STS Jambi (sebagai laporan)

## CURRICULUM VITAE



### A. Identitas Diri

Nama : Sri Rezeki

NIM : 501180056

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/Tgl Lahir: Jambi, 26 September 1998

Agama : Islam

Alamat : Pondok Bougenville Blok Ac. 7 Rt:024 Kenali Besar,

Alam Barajo Jambi

No HP : 0811-7442-235

E-mail : [srirezekijbi789@gmail.com](mailto:srirezekijbi789@gmail.com)

Nama Ayah : Suparman

Nama Ibu : Dra. Zaharah, M.Pd

### B. Latar Belakang Pendidikan

1. 2003-2004 : TK IT Al-Azhar Jambi

2. 2004-2010 : SD IT Al-Azhar Jambi

3. 2010-2013 : SMP N 11 Kota Jambi

4. 2014-2017 : PKBM Usaha Mandiri Muaro Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi