

**PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK MAKANAN IMPORT PADA MASYARAKAT  
KOTA BENGKULU**



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

OLEH :

**MIRANTIKA TININGSIH**  
**1811130155**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO  
BENGKULU  
BENGKULU, 2023 M/ 1444 H**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Mirantika Tiningsih, NIM 181130155 dengan judul **"PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN IMPORT PADA MASYARAKAT KOTA BENGKULU"**, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing. Oleh karena itu, skripsi ini layak disetujui dan diujikan dalam sidang *Munoqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Pembimbing I



**Dr. Nurul Hak, M.A**  
NIP. 1981012201150320003

Bengkulu, Februari 2023

Pembimbing II



**Yenti Sumarni, M.M**  
NIP. 197904162007012020



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK  
INDONESIA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telp. (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: [www.uinfasbengkulu.ac.id](http://www.uinfasbengkulu.ac.id)

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul "Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Import Pada Masyarakat Kota Bengkulu", ditulis oleh Repton Aden Utama, NIM 1811130155, Program Studi Ekonomi Syariah, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu (UINFAS) Bengkulu pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 10 Januari 2023 M/10 Jumadil Akhir 1444 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Bengkulu, \_\_\_\_\_ 2023 M

Rajab 1444 H

**Tim Sidang Munaqasyah**

**Ketua**

**H. Romi Adetio Setiawan, MA., Ph.D**

**NIP. 198312172014031001**

**Penguji I**

**H. Romi Adetio Setiawan, MA., Ph.D**

**NIP. 198312172014031001**

**Mengetahui**

**Dekan**

**Dr. H. Supardi, M.Ag**

**NIP. 19650401993031007**

**Sekretaris**

**Eng Julianto, ME**

**NIP. 199307052020121010**

**Penguji II**

**Faisal Muttaqin, MSM**

**NIP. 198701282019031007**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “ Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Impor Pada Masyarakat Kota Bengkulu”. Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar Akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam Skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu,      Januari 2023 M  
Jumadil Akhir 1444 H

Mahasiswa Yang Menyatakan



MIRANTIKA TININGSIH  
NIM. 1811130155

## **MOTTO**

**“Hari ini, bentuk pilihan masa lalu.”**

-Mirantika Tiningsih

**"Kualitas hidupmu pada akhirnya dibentuk oleh kualitas pilihan dan keputusanmu."**

- Robin Sharma

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Hari ini setitik kebahagiaan telah ku nikmati, sekeping cita-cita telah kuraih tetapi perjuangan belum usai sampai disini karena masih banyak cita-cita yang belum kuraih. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kepada kedua orang tuaku (Bapak Taswan), (Ibu Sunarmi), yang telah memberikan cinta, dukungan moril, materi, doa, waktu, pengorbanan, dan semangat yang tiada henti untuk kesuksesanku hingga dapat menyelesaikan kuliah dan mendapat gelar Sarjana. Maaf Ayah-Ibu jika sampai saat ini Mira baru bisa memberikan ini untuk Ayah-Ibu, trimakasih atas limpahan doa dan kasih sayang yang tak terhingga dan tak terbalas sampai kapanpun sehingga Mira bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Adik tersayang (Andika Aril Syahputra) yang telah menjadi penyemangat, penghibur, dan menemani selama menempuh perkuliahan.
3. Kepada dosen pembimbing I Bapak Dr. Nurul Hak, MA. *dan pembimbing II Ibu Yenti Sumarni, M.M* yang telah membimbing dengan tulus dan ikhlas meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan saya. Memberikan nasehat dan

pelajaran yang tiada ternilai harganya, terimakasih atas jasa Bapak dan Ibu, jasa tersebut akan selalu terkenang dihati.

4. Sugiasta Eka Putra terimakasih telah memberikan suport, tenaga, dan motivasi kepada penulis.
5. Segenap *civitas* akademika kampus Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
6. Sahabatku Novia Nurhasanah terimakasih karena telah memberikan support, kasih, dan sayangnya diperantauan. Serta Anggi Prasani yang kebersamai diperantauan Kota Bengkulu.
7. Kepada sahabat Fauzia Nurul Husna, Juneti, Dela Puspita Sari, Ika Erol Purbowati, Depi Akbar, Hermawansyah, Dan Meri Marta Della yang selalu memberi dukungan moril kepada penulis.
8. Teman lokal Ekonomi Syariah angkatan 2018 terkhusus Ekis kelas E, terimakasih telah mengukir kenangan yang mengesankan selama menempuh perkuliahan di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dan menjadi teman yang baik, meskipun tidak selalu baik, kini masanya telah usai.
9. Almamaterku Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

## **ABSTRAK**

Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Impor  
Pada Masyarakat Kota Bengkulu  
oleh Mirantika Tiningsih, NIM 1811130155.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap minat beli produk makanan import pada masyarakat Kota Bengkulu. Untuk menguji hal ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer merupakan angket yang disebarakan kepada 81 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana menggunakan program SPSS versi 26. Dari hasil penelitian dan pembahasan ditemukan bahwa label halal berpengaruh terhadap minat beli produk makanan impor pada masyarakat Kota Bengkulu sebesar 38,7 persen.

**Kata kunci :** Label halal dan Minat Beli

## **ABSTRACT**

*The Effect of Halal Labels on Interest in Buying Imported Food Products In Bengkulu City Society*  
by Mirantika Tiningsih, NIM 1811130155.

*The purpose of this study was to determine the effect of the halal label on the intention to buy imported food products in the people of Bengkulu City. To test this, researchers used quantitative methods with primary data collection techniques, which were questionnaires that were distributed to 81 respondents. The data analysis technique used is simple linear regression using the SPSS version 26 program. From the results of the research and discussion it was found that the halal label affects the intention to buy imported food products in the people of Bengkulu City by 38.7 percent.*

**Keywords:** *Halal Label and Purchase Interest*

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, Puji dan syukur penulis atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, taufik dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN IMPOR PADA MASYARAKAT KOTA BENGKULU”. Untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno (UINFAS) Bengkulu.

Shalawat dan salam selalu tercurahkan untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk menuju jalan yang benar sesuai syariat islam.

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan study jenjang Strata I (S-I) Jurusan Ekonomi Syariah (EKIS), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno (UINFAS) Bengkulu.

Penulis juga menyadari tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka Skripsi ini tidak mungkin terlaksana. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. DR. KH. Zulkarnain Dali, M. Pd selaku Rektor UINFAS Bengkulu.

2. Dr. H. Supardi, M.A, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno (UINFAS) Bengkulu
3. Yenti Sumarni, M.M Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu (UINFAS).
4. Dosen pembimbing I Bapak Dr. Nurul Hak, MA. *dan pembimbing II Ibu* Yenti Sumarni, M.M yang telah saba rmemberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan untuk menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu yang telah memberikan ilmunya.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan Skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak, demi perbaikan Skripsi ini dimasa yang akan datang. Penulis juga berharap semoga karya ini dapat member manfaat bagi penulis khususnya serta para pembaca pada umumnya.

Bengkulu, 25 Januari 2023 M  
Jumadil Akhir 1444 H

Mirantika Tiningsih  
NIM. 1811130155

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	13
C. Tujuan penelitian.....	13
D. Kegubaaan penelitian .....	14
E. Penelitian terdahulu.....	15
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR</b>	
A. Label Halal .....	20
1. Pengertian Label .....	20
2. Pengertian Halal .....	24
3. Pengertian Label Halal .....	30
B. Minat Beli.....	36
1. Pengertian Minat Beli .....	36

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	40
3. Indikator Minat Beli.....	48
4. Minat Beli Dalam Pandangan Islam .....	49
C. Kerangka Berfikir.....	52
D. Hipotesis .....	53

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	54
1. Jenis Penelitian.....	54
2. Pendekatan Penelitian .....	54
B. Waktu Dan Lokasi Penelitian.....	55
C. Informan Penelitian.....	55
D. Populasi Dan Teknikpenelitian .....	56
E. Sumber Dan Tehnik Pengumpulan Data.....	57
1. Sumber Data.....	57
2. Tehnik Pengumpulan Data.....	58
F. Fariabel Dan Devinis Operasional .....	59
G. Instrumen Penelitian.....	59
H. Tehnik Analisis Data.....	64
1. Pengujian Kualitas Data .....	64
2. Uji Normalitas.....	65
3. Uji Hipotesis Penelitian .....	65

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

A. Deskripsi Responden.....	67
1. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	67
2. Berdasarkan Usia Responden.....	68
3. Berdasarkan Status Sosial .....	69
4. Berdasarkan Jumlah Kecamatan .....	70
B. Tehnik Analisis Data.....	71
1. Pengujian Kualitas Data .....	71
2. Uji Normalitas.....	75
3. Uji Hipotesis Penelitian.....	77

C. Pembahasan .....	81
---------------------	----

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	85
B. Saran.....	85

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

1.1. Jumlah Penduduk Kota Bengkulu Pada Tahun 2018.....	10
3.1. Nilai Atau Skor Penilaian Kuesioner .....	60
3.2. Definisi Oprasional .....	61
3.3. Instrumen Penelitian Variabel Label Halal (X) .....	62
3.4. Instrumen Penelitian Variabel Minal Beli (Y) .....	63
4.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	67
4.2. Karakteristik Berdasarkan Usia Responden .....	68
4.3. Uji Validitas Data Variabel X .....	72
4.4. Uji Validitas Data Variabel Y .....	73
4.5. Uji Reliabilitas .....	74
4.6. Uji Normalitas .....	76
4.7. Anova .....	77
4.8. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	78
4.9. Uji t .....	80

## DAFTAR GAMBAR

2.1.	Logo Halal Baru Dan Logo Halal Lama.....	32
2.2.	Mekanisme Layanan Sertifikasi Halal.....	35
2.3.	Kerangka Berfikir.....	52
4.1.	Karakteristik Berdasarkan Status Responden.....	69
4.2.	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Kecamatan Responden.....	70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Bukti Pengajuan Judul Proposal
- Lampiran 2 : Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 : Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing I
- Lampiran 5 : Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing II
- Lampiran 6 : Surat Pernyataan Bebas Plagiat
- Lampiran 7 : LOA Baabul Ilmi
- Lampiran 8 : Jurnal
- Lampiran 9 : Lengkap SKPI
- Lampiran 10 : Daftar Hadir Kompre
- Lampiran 11 : Data Kuesioner
- Lampiran 12 : Hasil Uji Data SPSS
- Lampiran 11 : Dokumentasi
- Lampiran 12 : Lembar Saran Tim Penguji I
- Lampiran 12 : Lembar Saran Tim Penguji II

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara berkembang dan menuju Indonesia maju yang senantiasa berusaha untuk meningkatkan dan mengembangkan kesejahteraan rakyat melalui pembangunan. Salah satunya dengan pembangunan ekonomi yang tujuannya untuk meningkatkan ketersediaan atau perluasan distribusi barang-barang kebutuhan pokok untuk kehidupan.

Baik itu pangan, sandang, papan, pendidikan, kesehatan hingga keamanan. Salah satu upaya untuk meningkatkan standar hidup masyarakat melalui pembangunan ekonomi yaitu dengan cara pembangunan di sektor industri yang menjadi upaya jangka panjang untuk membenahi sistem ekonomi.

Pada dasarnya, bagian dari industri terdiri dari produksi, distribusi dan konsumsi. Produksi mencakup upaya menghasikan atau menambah kegunaan barang, distribusi mencakup upaya penyaluran barang dan konsumsi kegiatan menggunakan barang. Produksi merupakan kebutuhan dasar untuk memenuhi kebutuhan dan menjaga keberlangsungan hidup manusia di muka bumi. Semakin berkembangnya zaman yang diiringi dengan perkembangan teknologi yang

sangat modern, maka tiga sektor tersebut akan semakin mudah prosesnya.

Perkembangan globalisasi saat ini berkembang sangat pesat, hal ini berdampak pada kemajuan teknologi, kemajuan telekomunikasi dan pendapatan ekonomi. Dalam data BPS tahun 2020, Indonesia memiliki jumlah penduduk mencapai 270,20 juta jiwa. Indonesia merupakan negara dengan mayoritas muslim terbanyak sekitar 229,62 juta jiwa. Jumlah penduduk Indonesia akan terus meningkat setiap tahunnya dan akan memicu konsumsi masyarakat yang semakin tinggi. Hal tersebut akan mendorong Indonesia untuk melakukan impor barang konsumsi guna memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakatnya. Menurut Soegiono produk barang konsumsi di Indonesia terbagi menjadi dua jenis yaitu produk lokal dan produk impor.<sup>1</sup>

Masyarakat Indonesia sebagai produsen dan penikmat kuliner, khususnya yang beragama islam hendaknya sangat memperhatikan tentang kehalalan produknya, sesuai dengan perintah Allah dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah 2: Ayat 168, yang mewajibkan umat islam memakan makanan yang baik dan halal. Adapun firman Allah dalam QS. Al-Baqarah 2: Ayat 168, yaitu:

---

<sup>1</sup> Vivi Yunitasari, Moch. Khoirul Anwar, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, Volume 2 Nomor 1, Jurnal Ekonomi Islam, (Surabaya: 2019), h. 50.

لَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ  
 لَهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”<sup>2</sup>

Halal dalam islam meliputi dua syarat penting yaitu halal barangnya dan halal prosesnya. Dengan pemahaman yang semakin baik membuat konsumen muslim semakin selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Di Indonesia konsumen muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus mengaudit produk-produk yang dapat dikonsumsi oleh konsumen muslim. Lembaga ini merupakan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang menyelenggarakan layanan sertifikasi halal bagi produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah indonesia terhitung sejak 17 Oktober 2019. Dalam penyelenggaraannya BPJPH bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk ketetapan kehalalan produk dan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan Dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) untuk

---

<sup>2</sup> Ma'had Tahfidh Yanbu'ul Kudus, *Al-Qura'an Al-Quddus*, CV. Mubarakatan Thoyyibah.

pemeriksaan dan atau pengujian kehalalan suatu produk sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.<sup>3</sup>

Banyak cara yang harus dilakukan dalam upaya pemilihan produk makanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Salah satunya dengan mencari informasi yang terdapat pada atribut produk. Atribut produk menjadi unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar minat membeli. Melalui atribut produk konsumen dapat memperoleh jawaban apakah yang dibeli sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan sehingga memperoleh kepuasan lahir dan batin.

Menurut Ibnu Taymiyah dalam Romi menyatakan bahwa, konsumsi yang sesuai dengan syariah adalah kesesuaian dalam jumlah pengeluaran dengan tingkat kebutuhan, dengan demikian uang yang beredar dapat tersalurkan pada konsumsi barang kebutuhan lokal terlebih dahulu, sehingga dapat meningkatkan pendapatan di masyarakat. Sirkulasi keuangan yang adil dalam perekonomian menjadikan selisih jarak antara orang kaya dan miskin tidak terlalu besar.<sup>4</sup>

Mengonsumsi produk halal merupakan bentuk keyakinan dalam masyarakat yang beragama Islam dan

---

<sup>3</sup> Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 982 Tahun 2019, Tentang Layanan Sertifikasi Halal.

<sup>4</sup> Romi Adetio Setiawan, *The Relevance Of Ibn Taymiyyah Economics In Addressing Poverty And Income Distribution*, Vol. 20, N.1, Jurnal Kajian Keislaman, (Bengkulu: 2016), Diakses 8 Februari 2023.

telah terjamin oleh perundang-undangan khusus tentang perlindungan konsumen Nomor 8 tahun 1999 dan mengonsumsi produk halal telah menjadi kewajiban bagi masyarakat muslim.<sup>5</sup> Label halal merupakan label yang memberikan informasi kepada konsumen tentang suatu produk yang telah memiliki label bahwa produknya benar-benar dan memiliki kandungan nutrisi baik sehingga produknya aman untuk dikonsumsi. Produk makanan yang tidak memiliki label halal pada kemasannya dianggap masih belum memiliki persetujuan dari BPJPH sehingga produk tersebut masih diragukan kehalalannya dan akan membuat keraguan terhadap minat beli konsumen muslim pada suatu produk tersebut.<sup>6</sup> Label halal pada kemasan produk Indonesia adalah sebuah logogram berupa bentuk gunung dan motif surjan. Sedangkan *logotype* berupa tulisan Halal Indonesia yang berada di bawah bentuk gunung dan motif surjan. Dalam pengaplikasiannya, kedua komponen label ini tidak boleh dipisah.<sup>7</sup> Dalam praktik kegiatan perdagangan impor terdapat sisi gelapnya yaitu berupa ditemukannya produk-produk ilegal yang berisiko membahayakan

---

<sup>5</sup> Vivi Yunitasari, Moch. Khoirul Anwar, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan...*, h. 51.

<sup>6</sup> Vivi Yunitasari, Moch. Khoirul Anwar, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan...*, h. 51.

<sup>7</sup> Pres Iiris, "Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional", <https://www.kemenag.go.id/read/ditetapkan-label-halal-indonesia-berlaku-nasional-8nja7>, Diakses Pada 30 Juni 2022.

kesehatan masyarakat. Produk pangan dan kosmetika ilegal tidak dapat dijamin keamanan, manfaat, dan mutunya karena belum melalui penilaian dari Badan POM RI. Yang lebih mngejutkan lagi produk-produk pangan ilegal tersebut ditemukan di restoran-restoran yang menyajikan produk pangan olahan beku.

Pada peraturan Perundang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal pada bab 1 tentang ketentuan umum pasal 1 ayat 1 sampai 15 menyatakan:

1. Produk adalah barang dan/ atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat.
2. Produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat islam.
3. Proses produk halal yang selanjutnya disingkat PPH adalah rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan produk mencakup penyediaan bahan, pemholaan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, dan penyajian produk.
4. Bahan adalah unsur yang digunakan untu membuat atau menghasilkan produk.

5. Jaminan produk halal yang selanjutnya disingkat JPH adalah yang dibuktikan dengan sertifikat halal.
6. Badan penyelenggaraan jaminan produk halal yang selanjutnya disingkat BPJPH adalah badan yang dibentuk oleh pemerintah untuk menyelenggarakan JPH.
7. Majelis ulama indonesia yang selanjutnya disingkat MUI adalah wadah ,musyawarah para ulama, zuama, dan cendikiawan muslim.
8. Lembaga pemeriksa halal yang selanjutnya disingkat LPH adalah lembaga yang melakukan kegiatan pemeriksaan dan/atau pengujian terhadap kehalalan produk.
9. Auditor halal adalah orang yang memiliki kemampuan melakukan pemeriksaan kehalalan produk.
10. Sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal yang dikeluarkan oleh MUI.
11. Label halal adalah tanda kehalalan suatu produk.
12. Pelaku usaha adalah orang perseorangan atau badan usaha berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang menyelenggarakan kegiatan usaha di wilayah indonesia.
13. Penyelia halal adalah orang yang bertanggung jawab terhadap PPH.

14. Setiap orang adalah orang perseorangan atau badan hukum.
15. Menarik membuat para konsumen tertarik untuk membeli produk makanan impor.

Hal tersebut mengharuskan konsumen untuk lebih teliti dalam melakukan pembelian produk makanan. Jika Menteri adalah menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintah dibidang agama.<sup>8</sup>

Menurut Yunus, Rashid, Arifin, dan Rashid bahan makanan (*food ingredients*) adalah bahan yang digunakan untuk membuat suatu produk makanan. Johri And Sahasakmontri menyatakan bahan makanan menjadi salah satu faktor dalam memprediksi bagaimana minat beli konsumen terhadap suatu produk makanan. Menurut penelitian Yunus, Rashid, Arifin, dan Rashid terkait minat membeli produk halal menunjukkan komposisi bahan-bahan yang terdapat dalam produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli konsumen muslim. Disisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Hussin, Hasim, Yosuf, dan Alias terkait dengan minat beli konsumen muslim pada produk halal menunjukan hal yang berbeda, dimana penelitian tersebut membuktikan bahwa komposisi

---

<sup>8</sup> Pemerintahan Pusat, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tentang Jaminan Produk Halal* (Jakarta: 2014), h.2-3.

produk berpengaruh negatif signifikan terhadap minat beli konsumen.<sup>9</sup>

Abdullah menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.<sup>10</sup> Minat beli adalah tahap terakhir dari suatu proses keputusan yang kompleks. Proses ini dimulai dari munculnya kebutuhan akan suatu produk atau merek (*need arousal*), kemudian pemrosesan informasi oleh konsumen (*consumer information processing*), selanjutnya konsumen akan mengevaluasi produk atau merek tersebut.<sup>11</sup>

Kota Bengkulu adalah kota yang padat penduduk dan mayoritas penduduknya beragama Islam. Menurut data Badan Pusat Statistik pada tahun 2018 jumlah penduduk kota Bengkulu sebesar 2,5 juta jiwa.

---

<sup>9</sup> Ahmad Izzuddin, *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner*, Vol. 3, No. 2, Jurnal Penelitian Ipteks, (Jember: 2018), h.103

<sup>10</sup> Aletheia Rabbani, *Pengertian Minat Beli, Aspek, Faktor, Indikator, Dan Tahapannya*, <https://www.sosial79.com/2021/07/pengertian-minat-beli-aspek-faktor.html?m=1>, (Diakses Pada 27 Maret 2022).

<sup>11</sup> Aletheia Rabbani, *Pengertian Minat Beli, Aspek, Faktor, Indikator, Dan Tahapannya*.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah penduduk Kota Bengkulu**  
**pada tahun 2018**

<b>Jumlah Penduduk Kota Bengkulu (Ribuan Jiwa)</b>	
<b>Kecamatan</b>	<b>Jumlah penduduk</b>
Selebar	1,6
Kampung Melayu	1,9
Gading Cempaka	3,1
Ratu Agung	4,6
Ratu Samban	8,9
Singaran Pati	2,9
Teluk Segara	8,4
Sungai Serut	1,8
Muara Bangkahulu	2,0
Kota Bengkulu	2,5

*Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bengkulu*

Produk impor di Kota Bengkulu sudah banyak dan mudah ditemukan pada setiap supermarket maupun minimarket. Produk makanan impor yang telah beredar terdapat berbagai macam kemasan dan varian rasa yang menarik membuat para konsumen tertarik membeli makanan produk makanan impor. Hal tersebut mengharuskan konsumen untuk lebih teliti dalam melakukan pembelian produk makanan impor. Jika konsumen tidak teliti dalam membeli dikhawatirkan

produk makanan tersebut terkontaminasi dengan bahan yang mengandung unsur haram.<sup>12</sup>

Banyak konsumen Kota Bengkulu yang lebih memilih membeli produk makanan kemasan impor dikarenakan produk impor memiliki kualitas dan rasa yang terjamin dengan harga yang cukup terjangkau dan sebanding dengan kualitasnya. Selain itu semakin menariknya kemasan pada makanan impor dapat menjadi daya tarik konsumen untuk membelinya. Sehingga produk-produk lokal kalah bersaing dalam pemasaran dikarenakan kurang matangnya strategi pemasarannya. Hanya ada beberapa produk impor yang memiliki label halal, ada juga produk pangan impor yang masuk ke Indonesia dengan cara ilegal, produk tersebut masih diragukan kehalalan dan keamaannya.

Banyaknya jumlah penduduk di Kota Bengkulu dapat menjadikan kota Bengkulu memiliki potensi dan peluang yang cukup besar untuk produk makanan impor tidak belabel halal. Semakin berkembangnya teknologi dan informasi yang dapat mempengaruhi pola gaya hidup masyarakat mendorong masyarakat Kota Bengkulu untuk melakukan impor barang konsumsi guna memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakatnya. Tidak semua produk impor yang telah masuk ke Kota Bengkulu memiliki label halal dari BPJPH. Mengingat semakin tingginya

---

<sup>12</sup> Vivi Yunitasari, Moch. Khoirul Anwar, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan...*, h. 50.

pertumbuhan masyarakat Kota Bengkulu, dikhawatirkan masyarakat salah dalam mengkonsumsi produk impor.

Hasil *survey* yang dilakukan peneliti kepada beberapa konsumen Kota Bengkulu yang mengaku mengkonsumsi produk impor dan tidak memperhatikan label halal pada kemasannya, karena yang terpenting baginya adalah rasa yang lezat. Selain itu, salah satu konsumen Kota Bengkulu juga menyatakan bahwa ia terkadang memperhatikan label halal dalam kemasan produk sehingga ia memutuskan untuk membeli produk tersebut karena menurutnya produk tersebut sedang menjadi *trend* dimedia sosial dan memiliki banyak peminatnya. Selain itu juga, salah satu konsumen Kota Bengkulu menyatakan bahwa ia memperhatikan label halal pada produk dengan kemasan yang menarik seperti buatan pabrik lokal atau impor dan tetap mengkonsumsi produk rumahan dengan yang berkemasan plastik tembus pandang yang hanya memiliki petunjuk kadaluarsa dan tidak memiliki label halal. Ia menyatakan bahwa bahan baku yang digunakan dalam proses pengolahan produk tersebut jauh lebih penting ketimbang label halalnya.

Berdasarkan hasil *survey* yang peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwa tidak sedikit masyarakat kota Bengkulu yang menghiraukan label halal dan mengkonsumsi produk karena rasa keingintahuannya dalam sebuah *trend* pengaruh dari media sosial. Dalam wawancara tersebut, peneliti juga

menyimpulkan masih banyak masyarakat yang terlalu awam terkait mengetahui kehalalan suatu produk.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap masyarakat Kota Bengkulu dengan judul penelitian ” **PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN IMPOR PADA MASYARAKAT KOTA BENGKULU**”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan diatas, permasalahan yang akan dijawab dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Impor Pada Masyarakat Kota Bengkulu?
2. Apakah Label Halal Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Impor Pada Masyarakat Kota Bengkulu?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan diadakannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap minat beli produk makanan impor pada masyarakat Kota Bengkulu.

2. Untuk mengetahui apakah label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk makanan impor pada masyarakat Kota Bengkulu.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Kegunaan Teoritis

Bagi Akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan keilmuan khususnya ilmu ekonomi islam bagian makanan halal. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat digunakan sebagai literatur penelitian selanjutnya.

##### 2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Peneliti, penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Syariah pada jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dan untuk menambah wawasan terkait dengan pengaruh label halal terhadap minat konsumsi produk makanan impor masyarakat di Kota Bengkulu.
- b. Bagi Lembaga, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berkaitan dengan ilmu produksi dan konsumsi khususnya dibagian kuliner.

## E. Penelitian Terdahulu

Kajian empiris yang berasal dari jurnal-jurnal nasional yang berkaitan dengan perilaku konsumen terhadap produk halal menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian Ranu Nugraha, M. Kholid Mawardi, dan Aniesa Samira Bafadhal tahun 2017 melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner terhadap 116 responden. Tujuan penelitiannya adalah bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu, Labelisasi halal (X) terhadap variabel dependen yaitu Minat Beli (Y) secara signifikan terhadap Mahasiswa Muslim Konsumsi Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang. Hasil penelitiannya menunjukkan variabel pengetahuan, minat beli, pengaruh positif label halal, dan pertimbangan harga.<sup>13</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama-sama meneliti produk berlabel halal dengan jenis konsumsi produk makanan impor, menggunakan metode penelitian kuantitatif dan minat beli menjadi variabel dependent. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti teliti yaitu terletak pada objek

---

<sup>13</sup> Ranu Nugraha, M. Kholid Mawardi, Aniesa Samira Bafadhal, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 50 No. 5, (Malang:2017).

penelitian yang mana penelitian terdahulu memilih Mahasiswa Muslim di Kota Malang, dan penelitian yang akan peneliti lakukan berada di Kota Bengkulu dengan responden masyarakat Kota Bengkulu.

Penelitian Tengku Putri Lindung Bulan dan Muhammad Rizal tahun 2016 melakukan penelitian di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang dengan menggunakan metode analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji  $t$  dari 96 sampel responden. Tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.

Hasil penelitiannya menunjukkan uji  $t$  maka hipotesis yang menyatakan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sosis di Kualasimpang Kabupaten Aceh Tamiang.<sup>14</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama-sama meneliti labelisasi halal dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan saya teliti yaitu terletak pada objek penelitian yang mana penelitian

---

<sup>14</sup> Tengku Putri Lindung Bulan, Muhammad Rizal, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*, Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.5, No.1, (2016).

terdahulu memilih masyarakat Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang, dan keputusan membeli menjadi variabel independent, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan berada di Kota Bengkulu dengan responden masyarakat kota Bengkulu.

Penelitian Yuni Andriani pada tahun 2020 dengan objek penelitian Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI). Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini dikategorikan ke dalam penelitian pengujian hipotesis. Hasil dari penelitian ini Label Halal (X1) dan Harga (X2) berpengaruh simultan secara bersama – sama terhadap Minat Beli.<sup>15</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan minat beli sebagai variabel dependent. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan saya teliti yaitu terletak pada objek penelitian yang mana penelitian terdahulu memilih masyarakat atau konsumen yang khusus menggunakan Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) saja, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan berada di Kota Bengkulu dengan responden masyarakat kota Bengkulu yang mengkonsumsi produk

---

<sup>15</sup> Yuni Andriani, *Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)*, (Bengkulu: IAIN, 2020).

makanan impor dan peneliti tidak menggunakan khusus *brand* suatu produk.

Penelitian Vivi Yunitasari dan Moch. Khoirul Anwar pada tahun 2019 dengan objek penelitian PRoduk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif . Tujuan dari penelitian ini untuk mencari apakah ada pengaruh antara variabel label halal (X) dan variabel keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil analisis dan hipotesis dalam penelitian ini, label halal memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk makanan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.<sup>16</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan meneliti tentang pengaruh labelisasi halal terhadap konsumsi konsumen. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan saya teliti yaitu terletak pada objek penelitian yang mana penelitian terdahulu memilih mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya sebagai responden dan keputusan membeli menjadi variabel independent, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan berada di Kota Bengkulu dengan responden

---

<sup>16</sup> Vivi Yunitasari, Moch. Khoirul Anwar, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan....*

masyarakat kota Bengkulu dan minat beli sebagai variabel dependent.



## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR**

#### **A. Label Halal**

##### **1. Pengertian Label**

Label menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI) berarti sepotong kertas (kain, logam, kayu, dan sebagainya) yang ditempelkan pada barang yang menjelaskan tentang nama barang, nama pemilik, tujuan, alamat dan sebagainya. Label merupakan bagian sebuah produk yang membawa berita verbal tentang produk ataupun penjualan. Sebuah label bisa merupakan dari etiket (tanda pengenal) atau kemasan yang dicantumkan pada produk.<sup>17</sup>

Menurut Yohanes Lamarto dalam buku *Fundamental Of Marketing* mendefinisikan label adalah ciri lain dari produk yang perlu diperhatikan. Label adalah bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualannya. Label bisa merupakan bagian sebuah kemasan, atau merupakan etiket-lepas yang ditempelkan pada produk. Label juga bisa berupa gantungan

---

<sup>17</sup> Muhammad Fahmul Iltiham, Muhammad Nizar, *Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian, Jurnal Ekonomi Islam, Pasuruan*, Volume 11, Nomor 2, (Pasuruan: 2020), h. 315

sederhana yang ditempelkan pada produk atau gambar yang dirancang secara rumit dan menjadi kemasan. Label bisa membawa nama merek saja, atau sebagian besar dari informasi mengenai sebuah produk. Sewajarnya jika antara kemasan, label, dan merek terjalin suatu hubungan yang erat sekali.<sup>18</sup>

Menurut Kotler dan Amstrong label adalah merek sebagai nama, istilah, tanda, lambang, desain atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mengidentifikasi mereka dari para pesaing.<sup>19</sup> Label juga bisa berupa gantungan sederhana yang ditempelkan pada produk atau gambar yang dirancang secara rumit dan menjadi bagian dari kemasan. Label bisa membawa nama merek saja, atau sebagian besar dari informasi mengenai sebuah produk.

#### a. Fungsi Label

Label halal bukan hanya sebagai alat penyampai informasi, namun juga berfungsi sebagai iklan dan

---

<sup>18</sup> Deni Purnama Rambe, Pengaruh Pengalaman Dan Labelisasi Halal Terhadap Keberhasilan Ivan Bak Er Dan Donuts Mayang Mangarui Kota Jambi, (Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2020), h. 315.

<sup>19</sup> Azis Sali Husin, Nevi Hasnita, Evriyenni, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal Dikalangan Masyarakat Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh*, Volume 3, No. 1, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, (Banda Aceh: 2019), h. 3.

*branding* sebuah produk. Label juga melaksanakan beberapa fungsi yaitu:<sup>20</sup>

- 1) Label mengidentifikasi produk atau merek- misalnya, nama Sunkist yang diletakan pada jeruk.
- 2) Label juga dapat memperingkat produk, buah peach kalengan diberi peringkat A,B dan C.
- 3) Label dapat menggambarkan produk, siapa yang membuatnya, dimana produk itu dibuat, kapan produk itu dibuat, apa isinya, bagaimna cara penggunaannya, dan bagaimana menggunakannya dengan aman.
- 4) Label dapat mempromosikan produk melalui grafis yang menarik. Teknologi baru memungkinkan label bungkus susutkan 360 derajat untuk membungkus wadah dengan grafis yang terang dan mengakomodasi informasi produk yang lebih banyak pada kemasan, mengganti label kertas yang diletakkan pada kaleng botol.

---

<sup>20</sup> Azis Sali Husin, dkk, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan....*, h. 4.

b. Tujuan label

Tujuan label adalah sebagai berikut:<sup>21</sup>

- 1) Memberikan informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan.
- 2) Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik.
- 3) Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum.
- 4) Sarana periklanan bagi produsen.
- 5) Memberi rasa aman bagi konsumen.

c. Macam-macam label

Disamping itu ada beberapa macam label secara spesifik yang mempunyai pengertian berbeda antara lain.<sup>22</sup>

- 1) label produk (*produc* label) adalah pengenalan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.
- 2) Label merek (*brand* label) adalah nama merek yang diletakkan pada pengemasan produk.

---

<sup>21</sup> Gumar Herudiansyah, *Penyuluhan Pentingnya Label Halal Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak Li Kecamatan Payamaran Ogan Ilir*, (Palembang: 2019), h. 85-86.

<sup>22</sup> Yuni Andriani, *Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap....*, h. 23.

- 3) Label tingkat (*grade label*) mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka atau metode lainnya untuk menunjukkan tingkat kualitas dari produk itu sendiri.
  - 4) Label diskriptif (*descriptive label*) mendaftara isi, menggambarkan pemakaian dan mendaftari ciri-ciri produk yang lainnya.
- d. Label diskriptif (*descriptive label*) mendaftari isi, menggambarkan pemakaian dan mendaftari ciri-ciri produk yang lainnya. Pemberian label (*labeling*) merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen.

Jadi dapat disimpulkan bahwa label merupakan tulisan, tempelan, gambar, atau gantungan dalam sebuah kemasan produk yang memberikan informasi tentang cara menggunakan produk, komposisi produk, kandungan produk, dan informasi-informasi lainnya terkait produk.

## 2. Pengertian Halal

Kata *halal* berasal dari bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat”, secara etimologis *halal* berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya atau diartikan segala sesuatu yang bebas

dari bahaya duniawi dan ukhrawi. Sedangkan *tayyib* berarti makanan yang tidak kotor atau rusak dari segi zatnya atau tercampur benda najis dengan pengertian baik. Ada juga yang mengartikan sebagai makanan yang mengundang selera konsumennya dan tidak membahayakan fisik serta akalunya, yang secara luas dapat diartikan dengan makanan yang menyehatkan.<sup>23</sup>

Masalah *halal* dan haram dalam islam memiliki kedudukan yang tinggi dalam islam. Garis besar ajaran islam terbagi menjadi 3(tiga) kelompok, yaitu *pertama*, berisi perintah-perintah (*al-awamir*) yang harus dikerjakan oleh umat islam baik sebagai hamba Allah maupun sebagai Khalifah-Nya dimuka bumi(*khalifah Allah fi al-ardh*). *Kedua*, berisi larangan-larangan (*al-nawahi*) yang harus ditinggalkan oleh umat islam. *Ketiga*, petunjuk-petunjuk (*al-irsyadat*) untuk kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat.<sup>24</sup> Halal adalah sesuatu yang diperintahkan dalam menurut ajaran Islam, seperti yang telah terkandung dalam firman Allah QS. Al-Maidah ayat 88:<sup>25</sup>

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

---

<sup>23</sup> Panji Adam Agus, *Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam*, Vol.1, No.1, Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah, (Jawa Barat:2017), h.150.

<sup>24</sup> Panji Adam Agustus, *Kedudukan Sertifikasi Halal .....*, h.150.

<sup>25</sup> Ma'had Tahfidh Yanbu'ul Kudus, *Al-Qura'an Al-Quddus*, CV. Mubarakatan Thoyyibah.

*Artinya: “Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”*

Makanan dalam ayat ini Allah memerintahkan kepada hambanya agar mereka makan rezeki yang halal dan baik, yang telah dikaruniakannya kepada hamba “halal” disini mengandung pengertian, halal bendanya dan halal cara memperolehnya, sedangkan “baik” adalah dari segi kemanfaatannya, yaitu yang mengandung manfaat dan maslahat bagi tubuh, dan tidak merusak kesehatan. Bagi umat Islam yang menyadari hal tersebut akan menciptakan perasaan yang tidak tenang dan keraguan saat menggunakannya, apalagi saat beribadah sholat.

Halal menurut departemen agama yang dimuat dalam KEPMENEG RI No. 518 Tahun 2001 tentang pemeriksaan dan penetapan pangan halal adalah: “Halal adalah produk pangan, obat, kosmetika dan produk lain yang tidak mengandung unsure atau bahan yang haram atau dilarang untuk konsumsi oleh umat Islam, dan

pengolahannya atau proses produksinya tidak bertentangan dengan syariat Islam”<sup>26</sup>

Produk halal adalah produk yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam peroses pembuatannya, baik berupa bahan baku, bahan tambahan, termasuk bahan yang diproduksi melalui peroses genetika dan iradiasi yang dilakukan sesuai dengan syariat islam serta dapat memberi manfaat yang lebih dari pada mudharatnya. Barang yang halal tidak terlepas dari syariat islam itu sendiri, dimana mengambil masalahnya dan menolak mudharat atau bahaya. Jika menurut kesehatan suatu jenis produk atau komponen suatu produk dapat membahayakan jiwa maka produk tersebut haram digunakan. Karena sesungguhnya islam mengedepankan jiwa.

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ اِنَّهٗ  
لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya: *“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu”*<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Eri Agustian Dan Saujana, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, Vol. 1, No. 2, JIMKES, (Bogor: 2013), h. 171.

<sup>27</sup> Ma’had Tahfidh Yanbu’ul Kudus, *Al-Qura’an Al-Quddus*, CV. Mubarakatan Thoyyibah.

Dalam qur'an surah Al-Maidah ayat 3 Allah berfirman:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالِدَمُّ وَالْحَمُّ الْخَنِزِيرُ وَمَا أَهْلَ لِغَيْرِ  
اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْفُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ  
وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ ۗ السَّبْعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ

Artinya: “ *Telah diharamkan atas kamu bangkai, darah, daging babi, binatang yang disembelih bukan karena Allah, yang (mati) karna dicekik, yang (mati) karena dipukul, yang (mati) karena jatuh dari atas, yang (mati) karena ditanduk, yang (mati) karena binatang buas kecuali yang dapat kamu sembelih dan yang disembelih untuk berhala*”. QS. Al- Maidah :3<sup>28</sup>

Ayat ini yang menetapkan sepuluh macam binatang yang haram dan tidak bertentangan dengan ayat sebelumnya yang menetapkan empat. QS. Al- Maidah ayat 3 merupakan perincian dari ayat terdahulu. Binatang yang dicekik, yang dipukul, jatuh dari atas, ditanduk dan karena dimakan binatang buas, semuanya adalah termasuk dalam pengertian bangkai. Begitu juga binatang yang disembelih untuk berhala adalah semakna dengan yang disembelih bukan karna Allah. Jadi kedua Ayat tersebut memiliki pengertian yang sama.

---

<sup>28</sup> Ma'had Tahfidh Yanbu'ul Kudus, *Al-Qura'an Al-Quddus*, CV. Mubarakatan Thoyyibah.

Secara umum makanan dan minuman yang diharamkan terdiri dari binatang, tumbuh-tumbuhan sebagai berikut:<sup>29</sup>

- 1) Binatang: bangkai, darah, babi, dan hewan yang disembelih dengan nama selain Allah (Q.S 5:3). Hewan yang diharamkan akan berubah statusnya menjadi haram apabila mati karna dicekik, terbentur, jatuh tertanduk, diterkam binatang buas dan yang disembelih untuk berhala (Q.S 5:3), kecuali ikan dan belalang boleh dikonsumsi tanpa disembelih. Binatang yang dipandang jijik atau kotor menurut naluri manusia (Q.S 7:157) (Imam al-ghazali, 2002 199). Binatang dan burung buas yang bertaring dan memiliki cakar, binatang-binatang yang dalam islam diperintahkan untuk membunuhnya seperti ular, gagak, burung elang dan sejenisnya, binatang-binatang yang dilarang untuk membunuhnya seperti semut, lebah, burung hud-hud, belatuk, hewan yang hidup didua jenis alam seperti katak, penyu, buaya dan lain sebagainya.
- 2) Tumbuhan-tumbuhan, sayur-sayuran dan buah-buahan boleh dimakan kecuali yang mendatangkan

---

<sup>29</sup> Panji Adam Agus, *Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional.....*, h.152.

bahaya atau memabukkan baik secara langsung maupun melalui proses haram dimakan.

- 3) Semua jenis minuman adalah halal kecuali minuman yang memabukkan seperti arak dan yang dicampur dengan benda-benda najis, baik sedikit maupun banyak.

### **3. Pengertian Label Halal**

Menurut Sukesti, F. dan Mamdukh B. labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud bersetatus sebagai produk halal.<sup>30</sup> KEPUTUSAN MENTRI AGAMA REPUBLIK INDONESIA NOMOR 982 TAHUN 2019, tentang LAYANAN SERTIFIKASI HALAL yang terhitung sejak 17 Oktober 2019 menyatakan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) adalah yang berhak mengeluarkan sertifikasi halal. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) adalah sebuah badan yang terbentuk dibawah naungan Kementerian Agama. Undang-undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengamanatkan agar produk yang beredar di Indonesia terjamin kehalalannya oleh karena itu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal mempunyai tugas dan fungsi

---

<sup>30</sup> Ranu Nugraha, M. Kholid Mawardi, Aniesa Samira Bafadhal, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap.....*, h. 115.

untuk menjamin kehalalan produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia. BPJPH dalam menjalankan tugasnya didukung oleh tugas dan fungsi sebagaimana yang telah diamanatkan oleh undang-undang No.33 Tahun 2014 yaitu tentang registrasi halal, sertifikasi halal, verifikasi halal, melakukan pembinaan serta melakukan pengawasan kehalalan produk, kerjasama dengan seluruh *stakeholder* terkait, serta menetapkan standard kehalaln sebuah produk.<sup>31</sup>

Sebagai lembaga yang berada dibawah naungan Kementrian Agama, BPJPH bekerjasama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk penetapan kehalalan produk dan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetik MUI (LPPOM –MUI) untuk pemeriksaan dan/ kehalalan produk sesuai dengan peraturan perundang-undangan.<sup>32</sup> Ketiganya memiliki kaitan erat dalam mengeluarkan keputusan. Sertifikat Halal. Labelisasi halal adalah perizinan penggunaan kata “halal” pada kemasan produk dari satu perusahaan oleh badan BPJHP. Sebelum mendapatkan Izin pencantuman “label halal” pada kemasan produk makanan akan diuji oleh LPPOM-MUI, kemudian dilakukan pengkajian ilmiah terhadap hasil pemeriksaan

---

<sup>31</sup> Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, *Layanan Sertifikasi Halal*, halal.go.id, (Diakses 05 Juli 2022, 08:05 WIB)

<sup>32</sup> Pemerintahan Pusat, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tentang Jaminan Produk Halal* (Jakarta: 2014).

dan menerbitkan fatwa oleh MUI, dan pada tahap terakhir keputusan sertifikasi halal dikeluarkan oleh BPJHP. Berikut adalah perbandingan bentuk logo halal yang dikeluarkan oleh MUI dan logo halal yang didukung oleh sertifikasi BPJHP yaitu:

**Gambar 2.1**

**Logo halal baru dan logo halal lama**



*Sumber : [www.Kemenag.go.id](http://www.Kemenag.go.id)*

Ada beberapa aspek yang menjadi tinjauan dalam labelisasi halal, yaitu:<sup>33</sup>

- a. Proses pembuatan produk harus memperhatikan hal-hal berikut;
  - 1) Binatang yang menjadi bahan dasar hendaknya yang bersih dan disembelih sesuai dengan ketentuan syariah.

---

<sup>33</sup> Rahmah Yulisa Kalbarini Dan Reni Anggraini, *Label Halal Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Usaha Maya Bakery Di Kota Pontianak*, Halal Research Journal, (Pontianak: 2022), h.28.

- 2) Bahan campuran produk yang digunakan harus halal dan tidak terbuat dari bahan-bahan yang haram.
  - 3) Air yang digunakan dalam proses produksi haruslah air yang bersih dan terbebas dari bahan kimia lainnya.
  - 4) Dalam proses produksi hendaknya bahan produksi dan lainnya tidak tercampur atau berdekatan dengan bahan atau barang yang najis atau haram.
- b. Bahan baku utama haruslah bahan baku yang sudah terjamin kehalalannya baik dari bentuk maupun proses mendapatkannya.
  - c. Bahan pembantu atau bahan penolong adalah bahan yang berfungsi untuk membantu mempercepat produksi. Bahan pembantu juga haruslah terjamin kehalalannya.
  - d. Efek makanan halal tidak boleh terlepas dari tujuan syariat Islam yaitu mengambil *maslahat* dan menolak *mudharat* atau bahaya. Maksudnya jika menurut kesehatan suatu jenis makanan dapat membahayakan kesehatan seseorang, maka makanan tersebut haram untuk dikonsumsi. Pengadaan sertifikasi halal bertujuan untuk memberikan

kepastian kehalalan suatu produk sehingga produk tersebut dapat dikonsumsi oleh konsumen muslim.

Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan makanan kemasan yang dikemas dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan. Label yang dimaksud tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah dilihat dan dibaca.<sup>34</sup>

Menurut Pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 2010, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan, obat-obatan maupun kosmetik yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label. Sehubungan dengan label, konsumen perlu memperoleh informasi yang benar, jelas dan lengkap mengenai kuantitas, isi (bahan halal atau haram), dan kualitas maupun hal-hal lain yang diperlukan mengenai produk yang beredar di pasaran. Informasi pada label produk sangat diperlukan agar konsumen dapat secara tepat menentukan pilihan

---

<sup>34</sup> Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, *Label dan Iklan Pangan*, (1999).

sebelum memutuskan untuk membeli. Oleh karena itu, informasi halal tidaknya suatu produk wajib diberikan oleh produsen.

Untuk memperoleh sertifikat halal dari BPJPH ada beberapa tahap yang harus dilakukan oleh perusahaan. Sistem, mekanisme, dan prosedur layanan sertifikasi halal terdiri atas beberapa tahapan sebagai berikut:

**Gambar 2.2**  
**Mekanisme Layanan Sertifikasi Halal**



Sumber: [www. Kemenag.go.id](http://www.Kemenag.go.id)

Dalam gambar tersebut dijelaskan mekanisme pembuatan sertifikasi halal yaitu, *pertama*, menyerahkan dokumen permohonan sertifikasi halal. *Kedua*, BPJPH memeriksa

kelengkapan dokumen dan menetapkan lembaga pemeriksa hala. *Ketiga*, LPH memeriksa dan/atau menguji kehalalan produk. *Keempat*, MUI menetapkan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal. *Kelima*, BPJPH menerbitkan sertifikasi halal.

## **B. Minat Beli**

### **1. Pengertian minat beli**

Minat Beli (Purchase Intention) adalah kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan membeli dan diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Menurut Bilson dan Simamora Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan. Dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek-akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut.<sup>35</sup>

Menurut Yamit minat beli konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Menurut Durianto minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli

---

<sup>35</sup> Ranu Nugraha, M. Kholid Mawardi, Aniesa Samira Bafadhal, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap.....*, h. 116

produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.<sup>36</sup>

Assael menyatakan minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap obyek atau juga merupakan minat pembelian ulang yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.<sup>37</sup> Proses minat beli dimulai dari munculnya kebutuhan akan suatu produk atau merek dilanjutkan dengan pemrosesan informasi oleh konsumen. Selanjutnya konsumen akan mengevaluasi produk atau layanan jasa dalam merek tersebut. Minat beli tidak selalu berdampak pada tahap pembelian saat itu juga (langsung). Assael membagi tahap minat beli menjadi dua bagian, yaitu:<sup>38</sup>

a. *Purchase*

Dalam suatu proses keputusan pembelian yang kompleks jeda waktu antara minat beli dengan putusan pembelian akan mempunyai jeda waktu yang lebih besar, hal ini dikarenakan banyak faktor yang akan mempengaruhi konsumen, store selection misalnya

---

<sup>36</sup> Arum Wahyuni Purbohastuti Dan Asmi Ayuning Hidayah, *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser*, Vol. 1, No.4, Jurnal Bisnis Terapan, (Surabaya: 2020), h. 38.

<sup>37</sup> Randi, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam Goreng ( Studi Pada Konsumen Texas Chiken Pekanbaru)*, Vol.3 No.2, (Riau: 2016), h. 4.

<sup>38</sup> Randi, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam.....*, h. 4.

b. *No Purchase*

Setelah mempunyai minat untuk membeli terdapat kemungkinan bahwa konsumen menunda untuk menggunakan merek atau tidak jadi menggunakan suatu merek yang disebabkan oleh outside constraints (pengaruh dari luar). Beberapa pengaruh dari luar yaitu ketidaktersediaan merek, perubahan harga serta informasi tentang merek baru.

Schiffman dan Kanuk menyatakan minat merupakan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dengan mencari informasi tambahan. Selain itu Rizky dan Yasin juga menyatakan minat yang timbul dalam diri pembeli seringkali berlawanan dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Minat beli konsumen merupakan keinginan tersembunyi dalam benak konsumen. Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tak seorang pun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Nulufi dan Murwatiningsih menyatakan konsumen yang telah memiliki sikap positif terhadap suatu produk atau merek, akan menimbulkan minat pembelian terhadap produk atau merek tersebut.<sup>39</sup>

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah kemungkinan konsumen akan

---

<sup>39</sup> Nanda Bella Fidanty Shahnazdan Wahyono, *Faktor Memperingati Minat Beli Konsumen Di Toko Online*, Vol. 5, No.4, Management Analysis Journal, (Semarang: 2016), h. 391.

melakukan pembelian dengan mencari informasi dari berbagai sumber. Konsumen memiliki ketertarikan terhadap suatu produk atau jasa tetapi belum tentu konsumen akan melakukan pembelian produk atau jasa tersebut. Komponen-komponen dari minat beli dijelaskan oleh Schiffman dan Kanuk. Komponen – komponen tersebut adalah sebagai berikut:<sup>40</sup>

a. Tertarik Mencari Informasi Tentang Produk

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kotler dan Keller membaginya dalam dua level rangsangan. Pertama pencarian informasi yang lebih ringan (penguatan perhatian). Kedua, level aktif mencari informasi : mencari bahan bacaan, bertanya pada teman, atau mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu.

b. Mempertimbangkan Untuk Membeli

Melalui pengumpulan informasi, konsumen mempelajari merek – merek yang bersaing serta fitur merek tersebut. Melakukan evaluasi terhadap pilihan-pilihan dan mulai mempertimbangkan untuk membeli produk.

c. Tertarik Untuk Mencoba

---

<sup>40</sup> Randi, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam.....*, h. 4-5.

Setelah konsumen berusaha memenuhi kebutuhan, mempelajari merek-merek yang bersaing serta fitur mereka tersebut, konsumen akan mencari manfaat tertentu dari solusi produk dan melakukan evaluasi terhadap produk produk tersebut. Evaluasi ini dianggap sebagai proses yang berorientasi kognitif. Maksudnya konsumen dianggap menilai suatu produk secara sangat sadar dan rasional sehingga ketertarikan untuk mencoba.

d. Ingin Mengetahui Produk

Setelah ketertarikan untuk mencoba suatu produk, konsumen akan memiliki keinginan untuk mengetahui produk. Konsumen akan memandang atribut sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dengan memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan.

e. Ingin Memiliki Produk

Para konsumen akan memberikan perhatian besar pada atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya. Dan akhirnya konsumen akan mengambil sikap (keputusan, preferensi) terhadap produk melalui evaluasi atribut dan membentuk niat untuk membeli atau memilih produk yang disukai.

## **2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli**

Swastha dan Irwan mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, kegagalan biasanya menghilangkan minat. Tidak ada pembelian yang terjadi jika konsumen tidak pernah menyadari kebutuhan dan keinginannya. Pengenalan masalah terjadi ketika konsumen melihat adanya perbedaan yang signifikan antara apa yang dia miliki dengan apa yang dia butuhkan. Berdasarkan pengenalannya akan masalah selanjutnya konsumen mencari atau mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang produk yang dia inginkan.<sup>41</sup>

Super dan Crites menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:<sup>42</sup>

- a. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.

---

<sup>41</sup> Aldy Pratama Simatupang, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen ( Studi Pada Pizza Hut Kota Medan)*, (Medan: Universitas Sumatra Utara, 2018), h. 13.

<sup>42</sup> Arum Wahyuni Purbohastutidan Asmi Ayuning Hidayah, *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui.....*, h. 39.

- b. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- c. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja.
- e. Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orangtua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.

Sedangkan menurut Kotler, Bowen, dan Makens terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang dalam proses pengambilan keputusan pembelian, yaitu situasi tidak terduga (Unexpected situation) dan sikap terhadap orang lain (Respect to Others).<sup>43</sup>

Abdurachman menyatakan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli, yaitu sebagai berikut:<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Arum Wahyuni Purbohastutidan Asmi Ayuning Hidayah, *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui.....*, h. 39.

<sup>44</sup> Arnanda Awal Nikmatulloh Dan Andi Wijayanto, *Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Online Pada Marketplace Bukalapak (Studi Pada Pengguna Bukalapak Di Kota Semarang)*, Vol. 10, No. 10, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, (Semarang: 2021), h. 389.

a. Faktor kualitas

Para peminat beli pelanggan potensial menginginkan agar produk harus dibuat berkualitas, terutama dalam memenuhi harapan konsumen agar menjadi puas dan loyal pada perusahaan. Kotler dan Amstrong mengemukakan bahwa: kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar (*design*) produk maupun inti (*core*) produk itu sendiri.<sup>45</sup>

b. Faktor *brand*/merek

Aaker mendefinisikan kesadaran merek sebbbagai kemampuan dari konsumen potensial untuk mengenali atau mengingat bahwa suatu merek termasuk kedalam kategori produk tertentu. Shimp mengemukakan bahwa *brand awareness* merupakan kemampuan sebuah merek untuk muncul dalam benak konsumen ketika mereka

---

<sup>45</sup> Jacksom r.s. weenes, *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian spring bed comforta*, vol. 1, no. 4, jurnal EMBA, (manado:2013), h. 609.

sedang memikirkan kategori tertentu dan seberapa mudahnya nama tersebut dimunculkan. Menurut Durianto et al menyebutkan kesadaran merek mempunyai beberapa tingkatan diantaranya yaitu, (1) *Unaware Of Brand* (tidak menyadari merek) artinya konsumen tidak menyadari suatu merek, (2) *Brand Recognition* (pengenalan merek) artinya pengenalan suatu *brand* muncul lagi setelah dilakukan pengingatan kembali lewat (*aided recall*), (3) *Brand Recall* (pengingatan kembali merek) adalah pengingatan kembali merek tanpa bantuan (*unaided recall*). Pengingatan kembali merek didasarkan pada permintaan seseorang untuk menyebutkan merek tersebut dalam satu kelas produk, kemudian (4) *Top Of Mind* (puncak pikiran) artinya apabila seseorang ditanya secara langsung tanpa diberi bantuan pengingatan dan ia dapat menyebutkan satu nama merek, maka merek yang paling banyak disebutkan pertama kali merupakan puncak pikiran, dengan kata lain atau merek tersebut merupakan merek utama dari berbagai merek yang ada dalam benak konsumen.<sup>46</sup>

Alasan merek sangat diperlukan oleh suatu produk karena selain merek memiliki nilai yang

---

<sup>46</sup> Arnanda Awal Nikmatulloh1& Andi Wijayanto, *Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap.....*, h. 841.

kuat, merek juga bermanfaat bagi konsumen dan produsen, maupun masyarakat. Manfaat merek menurut Tjiptono untuk mengidentifikasi dan memudahkan pelacakan produk sejenis bagi perusahaan, untuk melindungi suatu produk di mata hukum, untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk sehingga mereka akan membelinya lagi di lain waktu, untuk menciptakan asosiasi yang dapat membedakan produk dari para pesaing, sumber keunggulan kompetitif, dan sumber *financial return* terutama menyangkut pendapatan masa mendatang.<sup>47</sup>

c. Faktor kemasan

Salah satu cara perusahaan untuk menarik konsumennya adalah dengan menggunakan kemasan yang menarik. Saat ini banyak perusahaan makanan dan minuman yang mulai berfokus pada kecantikan, keunikan, kemudahan, dan kemenarikan kemasan suatu produk, karena hal tersebut dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Kemasan tidak lagi hanya berfungsi sebagai wadah pembungkus produk makanan atau minuman agar terhindar dari kotoran, debu, udara, benturan dan sinar matahari, tetapi juga sebagai alat promosi dan

---

<sup>47</sup> Ranu Nugraha, M. Kholid Mawardi, Dan Aniesa Samira Bafadhal, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen.....*, h.115

menarik minat pembeli. Bahkan Raheem, Vishnu, & Ahmed menyatakan dengan kemasan, peningkatan penjualan dapat meningkat dan pangsa pasar dan mengurangi biaya promosi dan pasar. Selain itu, Rundh juga menyatakan bahwa kemasan dapat menarik perhatian konsumen terhadap merek tertentu, meningkatkan citra, dan merangsang persepsi konsumen tentang produk. Kemudian, kemasan juga menyampaikan nilai khas suatu produk. Kemasan juga berlaku sebagai alat untuk diferensiasi dan membantu konsumen untuk memutuskan produk dari berbagai macam produk paralel, serta kemasan juga merangsang perilaku pembelian pelanggan.<sup>48</sup>

d. Faktor harga

Ferdinand, harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan. Alasan ekonomis akan menunjukkan harga yang rendah atau harga terlalu berkompetisi merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja

---

<sup>48</sup>Annisa Oktariani, *Pengaruh Kemasan (Packaging) Produk Makanan Dan Minuman Terhadap Minat Membeli Oleh Konsumen*, <https://Wahyudidavid.Blogspot.Com/2016/06/Pengaruh-Kemasan-Packaging-Produk.Html>, Diakses 12 Juni 2016.

pemasaran, tetapi alasan psikologis dapat menunjukkan bahwa harga justru merupakan indikator kualitas dan karena itu dirancang sebagai salah satu instrumen penjualan sekaligus sebagai instrument kompetisi yang menentukan.<sup>49</sup>

Suwarni dan Mayasari menyatakan bahwa terjangkaunya harga dan kualitas produk yang baik dapat memunculkan kepuasan konsumen yang telah mengonsumsinya dan akan menarik konsumen baru untuk datang sehingga konsumen baru tersebut diharapkan dapat menjadi konsumen yang loyal pada akhirnya.<sup>50</sup>

e. Faktor ketersediaan barang

Conlon dan Mortimer menyatakan ketersediaan produk adalah suatu faktor yang berkaitan dengan ketersediaan produk ataupun kemudahan untuk memperoleh produk tersebut, serta segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pelanggan dalam rangka mengkonsumsi produk tersebut. Terdapat pula faktor-faktor yang dapat mempengaruhi saluran distribusi. Saluran distribusi ditentukan oleh pola pembelian konsumen, sehingga sifat dari pada pasar

---

<sup>49</sup> Muhammad Fahmul Iltiham, Muhammad Nizar, *Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (Mui), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan.....*, h. 316.

<sup>50</sup> Laurensia Hanjani Putri, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy*, Vol. 1, No. 2, *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, (Surabaya: 2016), h.165.

merupakan faktor penentu yang mempengaruhi dalam pemilihan saluran oleh perusahaan. Tjiptono menyatakan hal-hal yang perlu dipertimbangkan meliputi pertimbangan pasar, produk, perantara, dan perusahaan.<sup>51</sup>

- f. Acuan, merupakan pengaruh dari luar yang ikut memberikan rangsangan bagi konsumen dalam memilih produk, sehingga dapat pula dipakai sebagai media promosi.<sup>52</sup>

### 3. Indikator-Indikator Minat Beli

Ferdinand menyatakan indikator minat beli terdiri dari:<sup>53</sup>

- a. Minat transaksional  
Minat transaksional adalah minat untuk membeli suatu produk.
- b. Minat refrensial  
Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial

---

<sup>51</sup> Drs. Sugiono Sugiharto, MM, Ph.D, Melinda Renata, *Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Study Kasus Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Cleo Di Kelurahan Gunung Anyar Surabaya*, Jurnal Strategi Pemasaran, (2020).

<sup>52</sup> Muchlisin Riadi, *Aspek, Jenis, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli*, <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html>, 22 Desember 2018, Diakses 13 Juni 2022.

<sup>53</sup> Arum Wahyuni Purbohastuti dan Asmi Ayuning Hidayah, *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee.....*, h. 39.

Perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.

d. Minat eksploratif

Perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

#### **4. Minat beli dalam Pandangan Islam**

Adanya dorongan keinginan dalam memiliki suatu produk sehingga berusaha dalam mendapatkannya merupakan perilaku konsumen yang disebut dalam minat beli. Jual beli diartikan suatu perjanjian dalam tukar menukar barang yang memiliki nilai antara dua belah pihak yang dilakukan secara sukarela dengan konteks ada yang menerima barang dan pihak lain menerima berdasarkan perjanjian yang sudah disepakati.

Di zaman sekarang lebih menekankan dalam memenuhi keinginan material ketimbang kebutuhan yang lain sehingga pola konsumsi ini merupakan masalah pada perilaku konsumen syariah yang harus mencapai kesejahteraannya. Perilaku konsumsi islami ini didasari karna rasionalitas serta keyakinan terhadap kebenaran rasionalitas manusia hal tersebut berasalkan tuntutan Al Quran dan Hadist. Munculnya kesenjangan

diberbagai permasalahan sosioekonomi disebabkan karena kurangnya keseimbangan yang lebih mendukung individualisme serta *self interest*. Tujuan dalam aktifitas ekonomi islam merupakan memenuhi kebutuhan tetapi bukan memenuhi keinginan hal tersebut menjadi kewajiban umat beragama.

Minat beli tidak lain juga berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan berupa konsumsi. Konsumsi akan terjadi jika manusia memiliki uang (harta). Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengkonsumsi dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu sebagai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala.

Oleh sebab itu sebagai umat islam perlu memperhatikan etika konsumsi islam dalam memenuhi kebutuhan, sebagai berikut:<sup>54</sup>

- a. Jenis barang yang dikonsumsi adalah barang yang baik dan halal (*halalan toyyiban*), yaitu:
  - 1) Zat, artinya secara materi barang tersebut telah disebutkan dalam hukum syariah.

---

<sup>54</sup> Ahmad Syafiq, *Penerapan Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam*, Vol. 5, No. 1, El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam, (Kudus: 2019), h. 108.

- 2) Proses, artinya dalam prosesnya sudah memenuhi kaidah syariah. Cara mendapatkannya tidak dilarang, misal: riba, merampas, menipu, mengurangi timbangan dan lain-lain.
- b. Kemanfaatan dan kegunaan barang yang dikonsumsi, artinya lebih memberikan manfaat dan jauh dari merugikan baik dirinya maupun orang lain.
  - c. Kualitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan dan tidak terlalu sedikit atau kikir atau bakhil, tapi pertengahan serta mendapatkan kekayaan berlebih harus mau berbagi melalui zakat, infak, sedekah maupun wakaf dan ketika kekurangan harus sabar dan merasa cukup dengan apa yang dimilikinya.

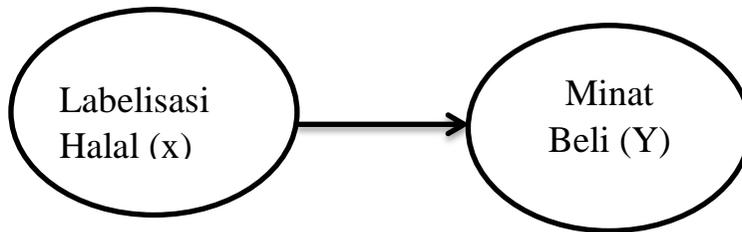
Dapat disimpulkan, adanya kebutuhan serta keinginan menjadi faktor setiap individu dalam membeli suatu produk. Kebutuhan yang dimaksud merupakan suatu hal yang harus dicukupi supaya bisa berfungsi sempurna. Adapun keinginan merupakan suatu hasrat individu yang tidak sepenuhnya produk tersebut berfungsi. Dalam syariat islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya selama dikonsumsi dengan barang/jasa

yang halal dan baik secara wajar atau tidak berlebihan. Dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginan tetap diperbolehkann selama hal itu dapat menambah mashlahah dan tidak mendatangkan mudharat.

### C. Kerangka berfikir

Berdasarkan landasan teori di atas, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

**Gambar 2.3**  
**Kerangka Berfikir**



Sumber: Penulis (2022)

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan kesimpulan penelitian yang belum sempurna sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui penelitian. Fenomena yang diperhatikan dalam penelitian ini konsumsi produk makanan impor berlabel halal di Kota Bengkulu . Dari perumusan dan latar belakang yang telah dikemukakan, disusun suatu hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ha: Diduga lebel halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk makanan impor pada masyarakat Kota Bengkulu.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

##### **1. Jenis penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, yaitu suatu penelitian yang mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa, gejala, dan kejadian yang terjadi secara faktual, sistematis, serta akurat dengan menggunakan angka yang menggambarkan karakteristik subjek yang diteliti. Fenomena tersebut dapat berupa bentuk, aktivitas, hubungan, karakteristik, serta persamaan maupun perbedaan antar fenomena.<sup>55</sup>

##### **2. Pendekatan penelitian**

Penelitian ini mengkaji tentang perilaku konsumsi produk halal masyarakat Kota Bengkulu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya digunakan random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian,

---

<sup>55</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: 2016).

analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>56</sup>

## **B. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Waktu penelitian dilakukan dari bulan 13 September 2022 sampai dengan selesai. Lokasi penelitian yang akan diteliti oleh penulis adalah Kota Bengkulu yang sesuai dengan penelitian ini yaitu mengetahui Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Konsumsi Masyarakat Kota Bengkulu.

## **C. Informan Penelitian**

Informan merupakan subjek penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai keadaan yang diangkat dalam penelitian.<sup>57</sup> Narasumber adalah manusia yang mempunyai kriteria tertentu dan mempunyai pengaruh positif dalam bidang ilmu tertentu.<sup>58</sup>

Subjek penelitian atau sampel penelitian ini adalah berjumlah 81 orang dengan mengambil 9 orang sampel dari setiap kecamatan yang ada di Kota Bengkulu, karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya sehingga tidak memungkinkan mengambil sampel terlalu banyak. Adapun metode teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* yaitu, teknik yang tidak

---

<sup>56</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: 2016).

<sup>57</sup> Ade Herman, *Informasi Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: 2018).

<sup>58</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: 2016).

memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik *Non Probability Sampling* yang digunakan adalah teknik *Purposive Sampling* yaitu, teknik penentuan sampel dengan ketentuan tertentu. Kriteria pengambilan sampel adalah Mahasiswa, Ibu Rumah Tangga, dan Tokoh Agama Masyarakat yang dianggap telah memiliki pengetahuan tentang perilaku konsumsi dalam Islam.

#### **D. Populasi Dan Teknik Penelitian**

##### 1. Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah masyarakat Kota Bengkulu yang berjumlah 81 orang dengan mengambil 9 orang dari setiap Kecamatan yang ada di Kota Bengkulu.

##### 2. Sampel

Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa, Ibu Rumah Tangga, dan Tokoh Agama Masyarakat Kota Bengkulu yang dianggap telah memiliki pengetahuan tentang perilaku konsumsi dalam Islam. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 81 orang dengan mengambil 9 orang sampel dari setiap Kecamatan yang ada di Kota Bengkulu.

##### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* yaitu,

teknik yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu, penentuan sampel dengan ketentuan tertentu.

Menurut Sugiyono purposive sampling ialah yang berdasarkan atas suatu pertimbangan tertentu seperti sifat-sifat populasi ataupun ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya. Teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif untuk menentukan jumlah persis sampelnya, bisa dengan menggunakan hitungan rumus-rumus tertentu seperti slovin, issac michael atau taro yamane.

## **E. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Sumber Data**

#### **a. Sumber Primer**

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer peneliti dapatkan dari responden atau sumber pertama berupa informasi-informasi yang belum diolah hasil dari wawancara masyarakat Kota Bengkulu.

#### **b. Sumber Sekunder**

Menurut Sugiyono, sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang

bersumber dari literature, buku-buku serta dokumentasi perusahaan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data kepustakaan baik berupa buku, jurnal, artikel, dan data sejenis yang dibutuhkan dalam penelitian.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi

Metode observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek. Dalam kegiatan observasi peneliti berperan sebagai pengamat perilaku konsumsi masyarakat Kota Bengkulu dan pengamat kehalallan suatu produk.

### b. Angket/Kuesioner

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>59</sup> Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa di harapkan dari responden.

### c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk

---

<sup>59</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: 2016).

buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi ini dilakukan sebagai penguat tanda bukti bahwa peneliti telah melakukan penelitian, dokumentasi pada penelitian ini berupa foto-foto observasi, dan yang berkaitan dengan produk halal dan tidak halal.

#### **F. Variabel dan Devinisi Operasional**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini secara garis besar terdapat dua variabel yaitu variabel Independen (bebas) dan variabel Dependen (terikat). Variabel bebas (independent), yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependent). Variabel terikat (dependent), yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (independent).

#### **G. Instrumen penelitian**

##### **1. Kuisisioner**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner (angket), yaitu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan skala likert dan dibuat dalam bentuk checklist, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam

penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Data kuesioner yang dikumpulkan dari responden kemudian diukur dengan skala pengukuran instrument. Untuk menentukan nilai dari kuesioner maka menggunakan skala likert. Setiap item dari kuesioner memiliki lima jawaban dengan masing-masing skor yang berbeda. Berikut ini skor penilaian dari setiap pertanyaan dalam kuesioner yang dijawab oleh responden.

**Tabel 3.1**  
**Nilai atau Skor Penilaian Kuesioner**

<b>No</b>	<b>Pilihan Jawaban</b>	<b>Nilai atau Skor</b>
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangan Tidak Setuju	1

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1.	Variabel bebas (X) yaitu: Labelisasi halal	Labelisasi halal adalah pencantuman label halal pada produk dengan tujuan agar masyarakat mengetahui bahwa produk tersebut halal.	a. Pengetahuan b. Kepercayaan c. Penilaian terhadap labelisasi halal	Likert
2.	Variabel terikat (Y), yaitu: Minat Beli	Minat Beli adalah tindakan yang diambil konsumen yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu.	a. Minat transaksional b. Minat refrensial c. Minat preferensial d. Minat eksploratif	Likert

*Sumber: Diolah oleh penulis, 2022*

**Tabel 3.3**  
**Instrumen penelitian variabel label halal (X)**

Label Halal (X)						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>Indikator Pengetahuan</b>						
1.	Saya mengetahui kegunaan label halal pada produk makanan impor.					
2.	Saya mengetahui produk makanan impor yang dilabeli label halal dan yang tidak dilabeli.					
3.	Saya selalu memperhatikan label halal pada kemasan produk makanan impor sebelum mengkonsumsi.					
<b>Indikator Kepercayaan</b>						
4.	Saya meyakini kehalalan produk makanan impor yang berlabelisasi halal sesuai Standar Fatwa Halal.					
5.	Saya mempercayai produk makanan impor yang memiliki label halal telah terdaftar di BPJPH dan memiliki izin edar.					
<b>Indikator Penilaian</b>						
6.	Label halal pada produk makan impor cukup memberikan jaminan terbebas dari unsur haram.					
7.	Label halal pada kemasan produk makanan impor dapat dipercayai.					

*Sumber: Diolah oleh penulis, 2022*

**Tabel 3.4**  
**Instrumen penelitian variabel minat beli (Y)**

Minat Beli (Y)						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>Indikator minat transaksional</b>						
1.	Saya membeli produk makanan impor karena kebutuhan					
2.	Saya membeli produk makanan impor karena keingintahuan.					
<b>Indikator Minat refrensial</b>						
3.	Anda membeli produk makanan impor atas rekomendasi orang terdekat (keluarga atau teman).					
4.	Produk makanan impor lebih menarik perhatian saya dibandingkan produk lokal.					
<b>Indikator minat preferensial</b>						
5.	Saya akan mencari tahu produk makanan impor apa saja yang sudah ada dikota Bengkulu beserta harganya.					
<b>Minat eksploratif</b>						
6.	Anda akan mencari tahu orang terdekat (teman dan keluarga) yang pernah mengkonsumsi produk makanan impor.					
7.	Anda akan mencari rewiw produk makanan impor di media sosial.					

*Sumber: Diolah oleh penulis, 2022*

## 2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara mencari data atau informasi dari buku-buku, catatan-catatan, transkrip, legger, agenda dan lain sebagainya. Jadi, metode dokumen ini merupakan suatu cara untuk memperoleh

data-data yang diperlukan. Sumber itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah tesis dan disertai, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia dan sumber-sumber tertulis baik secara tercetak maupun elektronik lain.<sup>60</sup>

Dokumentasi pada penelitian ini diambil dari beberapa responden, diantaranya mahasiswa, tokoh agama dan ibu rumah tangga.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Pengujian Kualitas Data

#### a. Uji validitas Data

Pengukuran validitas angket dilakukan dengan menggunakan correlation person yaitu mengkorelasikan skor item masing-masing nomor dengan total skor item. Peneliti hanya menggunakan soal-soal yang terbukti valid dari hasil analisis instrumen. Hasil analisis perhitungan dikatakan valid jika nilai signifikan < Alpha (0,05).<sup>61</sup>

#### b. Uji Reliabilitas

Data Reliabilitas artinya dapat dipercaya juga dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali diulang pun hasilnya akan tetap sama (konsisten). Jika kuesioner

---

<sup>60</sup> Soewadji Jusuf, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta: 2012).

<sup>61</sup> Hardani, Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Cetakan 1, (Mataram: CV. Pustaka Groub Yogyakarta, 2020), h. 165.

telah valid dan reliable maka kuesioner dapat disebarakan pada responden. Teknik Cronbach Alpa, criteria reabilitasnya jika :

Cronbach Alpa $>0,60$  maka data yang diuji memiliki tingkat Reliable yang baik.

Cronbach Alpa $<0,60$  maka dikatakan tidak reliable.

## 2. Uji Normalitas

Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode uji normalitas *Kolmogorov Sminornov*. Uji *Kolmogorov Sminornov* adalah uji beda antara data yang diuji normalitas dengan data normal. Yang dimaksud dengan data normal adalah data yang telah ditransformasikan kedalam bentuk Z-Score. Data yang baik adalah data yang normal dalam pendistribusiannya. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan  $> 0,05$ , maka data tersebut terdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikan  $< 0,05$ , maka data tersebut tidak terdistribusikan normal.

## 3. Uji Hipotesis Penelitian

- a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

Y = Variabel dependent

X = Variabel independent

$\alpha$  = Konstanta

b. Uji t

Berarti melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan peran secara parsial atau variabel independent terhadap variabel dependent dengan menggunakan bahwa variabel independent lain di anggap konstan.

- 1) Apabila tingkat signifikan  $< \alpha$  (0,05), maka variabel independent secara individual berpengaruh terhadap variabel dependent, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
- 2) Apabila tingkat signifikan  $> \alpha$  (0,05), maka variabel independent secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependent. Jika signifikan  $> \alpha$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Responden**

Penelitian ini mengguraikan pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli produk makanan impor pada masyarakat kota Bengkulu. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bengkulu yang Berjumlah 81 responden. Karakteristik responden berguna untuk mengguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka akan disajikan tabel mengenai data responden seperti yang dijelaskan berikut ini:

##### **1. Berdasarkan jenis kelamin responden**

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang menjadi narasumber pengaruh label halal terhadap minat beli produk makanan impor pada masyarakat Kota Bengkulu dapat dilihat pada tabel 4.1.

**Tabel 4.1**

##### **Karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden**

<b>Jenis kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-laki	35	43,2%
Perempuan	46	56,8%
Total	81	100 %

*Sumber : data primer diolah 2022*

Berdasarkan tabel 4.1 menjelaskan bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 35 responden dengan persentase 43,2%. Sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 46 responden dengan persentase 56,8%. Berdasarkan data tersebut maka diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih sedikit dari pada responden perempuan dan jumlah responden sebanyak 81 responden.

## 2. Berdasarkan usia responden

Jumlah responden berdasarkan usia yang menjadi narasumber pengaruh label halal terhadap minat beli produk makanan impor pada masyarakat Kota Bengkulu dapat dilihat pada tabel 4.1.

**Tabel 4.2**

### **Karakteristik berdasarkan usia responden**

<b>Usia Responden</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
Dibawah 20 tahun	5	6,17 %
21-25 tahun	27	33,33%
26-30 tahun	9	11,11%
31-50 tahun	28	34,56%
Diatas 50 tahun	12	14,81%
Total	81	100%

*Sumber : data primer diolah 2022*

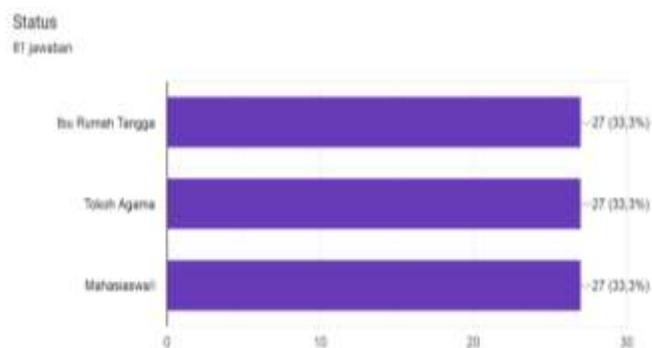
Dari tabel diatas diketahui jumlah responden berdasarkan usia dibawah 20 tahun berjumlah 5 responden dengan persentase 6,17%, 27 responden pada kurun usia 21-25 dengan persentase 33,33%, 9 responden pada kurun usia 26-30 dengan persentase 11,11%, 28 responden pada kurun usia 31-50 tahun dengan persentase 34,56%, dan pada usia 50 tahun berjumlah 12 responden dengan persentase 14,81%.

### 3. Berdasarkan status sosial

Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa, Ibu Rumah Tangga, dan Tokoh Agama pada Masyarakat Kota Bengkulu yang dianggap telah memiliki pengetahuan tentang perilaku konsumsi dalam Islam. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 81 orang dengan mengambil 9 orang sampel dari setiap Kecamatan yang ada di Kota Bengkulu.

**Gambar 4.1**

#### **Karakteristik berdasarkan status responden**



*Sumber : data kuesioner diolah 2022*

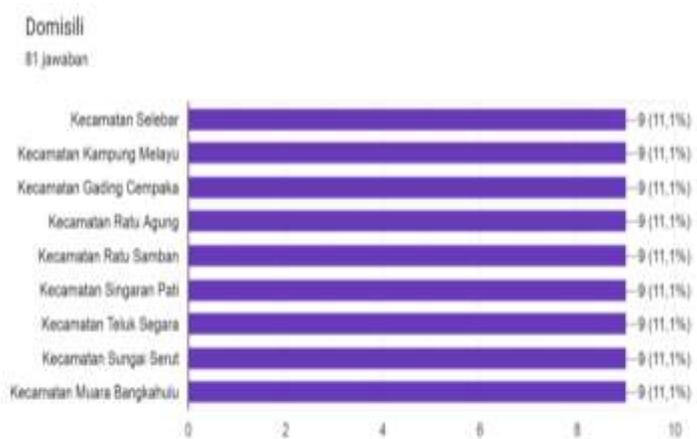
Berdasarkan ketentuan dari peneliti dapat dilihat pada gambar 4.1 data olah kuesioner dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden berdasarkan status terpenuhi.

#### 4. Berdasarkan jumlah kecamatan

Pada penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 81 orang dengan mengambil 9 orang sampel dari setiap Kecamatan yang ada di Kota Bengkulu.

**Gambar 4.2**

#### **Karakteristik berdasarkan jumlah kecamatan responden**



*Sumber : data kuesioner diolah 2022*

Berdasarkan ketentuan dari peneliti dapat dilihat pada gambar 4.2 data olah kuesioner, jumlah kecamatan kota Bengkulu sembilan kecamatan, dengan mengambil sampel sembilan responden sesuai karakteristik responden, maka dapat disimpulkan bahwa

karakteristik responden berdasarkan kecamatan terpenuhi.

## **B. Teknik Analisis Data**

### **1. Pengujian kualitas data**

#### **a. Uji validitas data**

Menurut Sugiono menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas adalah pengujian seberapa akurat suatu metode mengukur apa yang ingin diukur. Menurut APA Psychology Dictionary, uji validitas adalah proses verifikasi bahwa kumpulan data bebas dari kesalahan dan mematuhi aturan standar atau yang dimaksudkan.<sup>62</sup>

Jika penelitian memiliki validitas yang tinggi, ia berarti menghasilkan hasil yang sesuai dengan sifat, karakteristik, dan variasi nyata di dunia fisik atau sosial. Cara uji validitas dilakukan dengan memeriksa seberapa baik hasilnya sesuai dengan teori yang mapan dan ukuran lain dari konsep yang sama.

Pengukuran validitas angket pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan correlation person yaitu mengkorelasikan skor item masing-masing nomor

---

<sup>62</sup> Anugrah Ayu Sendari, *Cara Uji Validitas Data Penelitian, Kenali Jenis-Jenisnya*, Media Liputan 6. 21 Oktober 2021, <https://www.liputan6.com/hot/read/4689733/cara-uji-validitas-data-penelitian-kenali-jenis-jenisnya>, Diakses Pada Tanggal 5 Februari 2023.

dengan total skor item. Peneliti hanya menggunakan soal-soal yang terbukti valid dari hasil analisis instrumen. Hasil analisis perhitungan dikatakan valid jika nilai signifikan  $< \text{Alpha } (0,05)$ .

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26 *for windows* dengan kriteria berikut :

1. Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

**Tabel 4.3**

**Uji validitas data variabel X**

No soal	r hitung	r tabel	keterangan
<b>X.1</b>	<b>0,487</b>	<b>0,219</b>	<b>Valid</b>
<b>X.2</b>	<b>0,669</b>	<b>0,219</b>	<b>Valid</b>
<b>X.3</b>	<b>0,596</b>	<b>0,219</b>	<b>Valid</b>
<b>X.4</b>	<b>0,659</b>	<b>0,219</b>	<b>Valid</b>
<b>X.5</b>	<b>0,698</b>	<b>0,219</b>	<b>Valid</b>
<b>X.6</b>	<b>0,673</b>	<b>0,219</b>	<b>Valid</b>
<b>X.7</b>	<b>0,726</b>	<b>0,219</b>	<b>Valid</b>

*Sumber: data primer diolah 2022*

Data dari tabel 4.3 diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing-masing pernyataan pada variabel Label Halal (X) memiliki nilai  $r_{\text{hitung}} > 0,219$  sehingga

dapat dikatakan bahwa seluruh variabel pada instrumen pernyataan Label Halal dalam penelitian dinyatakan valid.

**Tabel 4.4**

**Uji validitas data variabel Y**

<b>No soal</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Y.1</b>	<b>0,689</b>	<b>0,219</b>	<b>Valid</b>
<b>Y.2</b>	<b>0,616</b>	<b>0,219</b>	<b>Valid</b>
<b>Y.3</b>	<b>0,668</b>	<b>0,219</b>	<b>Valid</b>
<b>Y.4</b>	<b>0,426</b>	<b>0,219</b>	<b>Valid</b>
<b>Y.5</b>	<b>0,720</b>	<b>0,219</b>	<b>Valid</b>
<b>Y.6</b>	<b>0,669</b>	<b>0,219</b>	<b>Valid</b>
<b>Y.7</b>	<b>0,645</b>	<b>0,219</b>	<b>Valid</b>

*Sumber: data primer diolah 2022*

Data dari tabel 4.4 diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing-masing pernyataan pada variabel Produk Makanan Impor (Y) memiliki nilai  $r_{hitung} > 0,219$  sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel pada instrumen pernyataan Produk Makanan Impor dalam penelitian dinyatakan valid.

b. Uji reliabilitas data

Reliabilitas adalah tingkat ketetapan suatu instrumen mengukur apa yang harus diukur. Ada tiga cara pelaksanaan untuk menguji reliabilitas suatu tes, yaitu:

(1) tes tunggal (single test), (2) tes ulang (test retest), dan (3) tes ekuivalen (alternate test). Menurut Anastasia dan Susana, reliabilitas adalah sesuatu yang merujuk pada konsistensi skor yang dicapai oleh orang yang sama ketika mereka diuji ulang dengan tes yang sama pada kesempatan yang berbeda, atau dengan seperangkat butir-butir ekuivalen (equivalent items) yang berbeda, atau di bawah kondisi pengujian yang berbeda.<sup>63</sup>

Chin menyatakan uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.<sup>64</sup> Adapun pengukuran alpa menggunakan program SPSS dengan *output* sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Uji reliabilitas**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,886	14

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

<sup>63</sup> Anwar Hidayat, *Penjelasan Uji Reliabilitas Instrumen Lengkap*, [www.statistikan.com](http://www.statistikan.com), Diakses Pada Tanggal 5 Februari 2023

<sup>64</sup> Meiryani, *Memahami Composite Reliability Dalam Penelitian Ilmiah*, <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-composite-reliability-dalam-penelitian>, Diakses 2 Februari 2023.

Berdasarkan data output SPSS pada tabel 4.5 diketahui *Nilai Cronbach's Alpha* sebesar ,886 > 0,06 maka kuesioner peneliti dapat dikatakan reliabel atau terperaya sebagai alat pengumpulan data.

## 2. Uji normalitas

Menurut Suliyanto uji normalitas menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov-Smirnov merupakan uji menggunakan fungsi distribusi kumulatif.<sup>65</sup> Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atautakah tidak.<sup>66</sup>

Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ( $n > 30$ ), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Bisa dikatakan sebagai sampel besar. Uji normalitas bertujuan untuk

---

<sup>65</sup> UIN Suska Riau, *BAB III Metode Penelitian*, <https://repository.uin-suska.ac.id/15891/8/8.BAB%20III.pdf>, 2019, Diakses 5 Februari 2023.

<sup>66</sup> Anwar Hidayat, 2016, *Uji Normalitas dan Metode Perhitungan (Penjelasan Lengkap)*. Melalui Jasa Olah Data Statistik atau [www.statistikion.com](http://www.statistikion.com), Diakses 5 Februari 2023.

mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan :

Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka nilai residual berdistribusi normal.

Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.6**  
**Uji normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
			Unstandardized Residual	
N			81	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		Mean	,0000000	
		Std. Deviation	3,57646450	
Most Extreme Differences	Extreme	Absolute	,067	
		Positive	,063	
		Negative	-,067	
Test Statistic			,067	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			,200 <sup>d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>		Sig.		,495
		99% Confidence Interval	Lower Bound	,482
			Upper Bound	,508
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				
c. Lilliefors Significance Correction.				
d. This is a lower bound of the true significance.				
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.				

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

Dari data tabel output SPSS diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Sig. ,495  $> 0,05$ , maka model regresi nilai residual berdistribusi normal.

### 3. Uji hipotesis penelitian

#### a. Analisis regresi linier sederhana

Menurut Sugiono analisis regresi linier sederhana pada penelitian ini digunakan untuk mengukur pengaruh satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).<sup>67</sup>

**Tabel 4.7 Anova**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	188378,079	1	188378,079	167383,834	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	88,909	79	1,125		
	Total	188466,988	80			
a. Dependent Variable: MINAT BELI PRODUK MAKANAN IMPORT						
b. Predictors: (Constant), LABEL HALAL						

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

Dari hasil data output SPSS tersebut dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} = 167.383,834$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $<,001 < 0,05$ , maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel Label Halal (X) terhadap Variabel Minat Beli Produk Makanan Impor (Y). Dilihat dari output model summary uji regresi linier sederhana besarnya nilai kolerasi atau hubungan R <sup>622</sup> dari output tersebut diperoleh koefisien

<sup>67</sup> Wa Ode Zusnita Muizu, Siti Noni Evita & Dindin Suherman, Disiplin Kerja Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil, Vol.8, No.3, Pebkis Jurnal, (Padjadjaran: 2016), h. 175

determinasi atau R Square sebesar 387, yang artinya bahwa pengaruh variabel bebas atau variabel label halal (X) terhadap Variabel terikat atau variabel Minat Beli Produk Makanan Impor (Y) sebesar 38,7 %.

**Tabel 4.8**  
**Analisis regresi linier sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>										
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,884	,387		-4,865	<,001				
	LABEL HALAL	1,985	,005	1,000	409,126	<,001	1,000	1,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: MINAT KONSUMSI PRODUK MAKANAN IMPORT

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

Output dari tabel Coefficients pada kolom B menunjukkan jumlah konstanta sebesar -1,884, dan nilai label halal pada kolom B 1,985 sehingga persamaan regresi yang ditulis :

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = -1,884 + 1,985X$$

Persamaan regresi linier sederhana tersebut memiliki nilai negatif pada konstanta yaitu -1,884 yang menyatakan bahwa apabila label halal bernilai nol maka minat beli akan bernilai negatif yaitu -1,884. Model tersebut mengandung arti bahwa setiap terjadi kenaikan 1 nilai label halal atau X sebesar 1,985, maka diikuti menurunnya minat beli sebesar 1,985.

b. Uji t

Pengujian pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan peran secara parsial atau variabel independent terhadap variabel dependent dengan menggunakan bahwa variabel independent lain di anggap konstan. Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial/individu.<sup>68</sup>

- 1) Apabila tingkat signifikan  $< \alpha$  (0,05), maka variabel independent secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila tingkat signifikan  $> \alpha$  (0,05), maka variabel independent secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependent.

Jika signifikan  $> \alpha$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

---

<sup>68</sup> Subagyo dan Djarwanto, *Makalah BAB III Tentang Uji Hipotesis Uji t*. Diakses Pada Tanggal 5 Februari 2023

**Tabel 4.9**  
**Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>											
		Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Correlations			Collinearity	
		Coefficients		Coefficients			Zero-	Part		Toler	
Model		B	Std. Error	Beta			order	ial	Part	ance	VIF
1	(Constant)	-1,884	,387		-4,865	<,001					
	LABEL HALAL	1,985	,005	1,000	409,126	<,001	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: MINAT KONSUMSI PRODUK MAKANAN IMPORT

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS pada tabel 4.8, maka diketahui  $t_{hitung}$  sebesar -409,126 dan nilai sig.  $<,001 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini yang menyatakan Label Halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Produk Makanan Impor di Kota Bengkulu diterima.

Nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dengan melihat derajat kebebasan (dk), sebagai berikut:

$$T \text{ tabel } t = (a; (df = n - k))$$

dik :

$$n = 81$$

$$k = 2$$

$$a = 5\% (0,05)$$

$$\text{Maka, } t = (5\%; (df = 81 - 2))$$

$$t = (0,05 ; 79)$$

$$t = 1,99045$$

Jadi nilai t-tabel pada  $n = 81$  dan  $k = 2$  dengan tingkat sig. 0,05 adalah 1,99045. Dapat dikatakan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $409,126 > 1,99045$ ) maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Produk Makanan Impor.

### C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Produk Makanan Impor masyarakat Kota Bengkulu. Pembahasan penelitian ini secara rinci beberapa hal, sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Impor Pada Masyarakat Kota Bengkulu.

Minat Beli (Purchase Intention) adalah kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan membeli dan diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.<sup>69</sup> Menurut Bilson dan Simamora Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap individu yang berminat terhadap suatu obyek-akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut.<sup>70</sup> Di Indonesia konsumen muslim dilindungi oleh lembaga yang

---

<sup>69</sup> Ranu Nugraha, M. Kholid Mawardi, Dan Aniesa Samira Bafadhal, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen.....*,h. 166.

<sup>70</sup> Ranu Nugraha, M. Kholid Mawardi, Dan Aniesa Samira Bafadhal, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen.....*,h.166.

secara khusus mengaudit produk-produk yang dapat dikonsumsi oleh konsumen muslim. Persentase masyarakat Kota Bengkulu pada data yang disebutkan oleh kementerian agama kantor wilayah provinsi Bengkulu menunjukkan bahwa 349.375 dari masyarakat Kota Bengkulu beragama islam, dari persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat muslim lebih dominan. Dalam hal konsumsi dari hasil survey yang peneliti lakukan masyarakat kota secara umum memperhatikan faktor-faktor kehalalan dalam islam yaitu halal barangnya dan halal prosesnya.

Hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan nilai  $F_{hitung} = 167.383,834$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $<,001 < 0,05$ , maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel Label Halal (X) terhadap Variabel Minat Beli Produk Makanan Impor (Y). Dilihat dari output model summary uji regresi linier sederhana besarnya nilai kolerasi atau hubungan R 622 dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi atau R Square sebesar 387, yang artinya bahwa pengaruh variabel bebas Label Halal (X) terhadap Variabel terikat Minat Beli Produk Makanan Impor (Y) sebesar 38,7 %.

Tabel Coefficients menunjukkan jumlah konstanta sebesar -1,884, dan nilai label halal pada kolom B 1,985. Persamaan regresi linier sederhana tersebut memiliki nilai negatif pada konstanta yaitu -1,884 artinya bahwa setiap

terjadi kenaikan 1 nilai label halal atau X sebesar 1,985, maka diikuti menurunnya minat beli atau Y sebesar 1,985.

2. Label Halal Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Impor Pada Masyarakat Kota Bengkulu.

Labelisasi atau sertifikasi halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud bersetatus sebagai produk halal. Terhitung sejak tanggal 17 Oktober 2019 kementerian agama menyatakan putusannya melalui KEPUTUSAN MENTRI AGAMA REPUBLIK INDONESIA NOMOR 982 TAHUN 2019, tentang LAYANAN SERTIFIKASI HALAL menyatakan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berhak mengeluarkan sertifikasi halal.<sup>71</sup> Sebagai lembaga yang berada dibawah naungan Kementerian Agama, BPJPH bekerjasama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk penetapan kehalalan produk dan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetik MUI (LPPOM –MUI) untuk pemeriksaan dan/ kehalalan produk sesuai dengan peraturan perundang-undangan.<sup>72</sup>

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa label halal berpengaruh terhadap minat beli produk makanan impor, yang berarti bahwa label halal yang dicantumkan

---

<sup>71</sup> Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, *Layanan Sertifikasi Halal*, [halal.go.id](http://halal.go.id), Diakses 14 Desember 2022.

<sup>72</sup> Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia, *Layanan Sertifikasi Halal*, (Jakarta: 2019).

pada kemasan produk makanan impor mampu mempengaruhi minat konsumsi masyarakat. Hal ini didukung dengan hasil yang diperoleh dengan nilai regresi linier sederhana dengan nilai  $\beta$  label halal sebesar 1,985 dimana nilai  $t_{hitung}$  409,126 >  $t_{tabel}$  1,99045 dengan tingkat signifikansi uji t sebesar sig. <,001 < 0,05 artinya bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak atau Minat Beli Produk Makanan Impor (Y) secara signifikan dipengaruhi oleh Label Halal.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya dengan variabel bebas lain yang dilakukan dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan, 2016, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra. Di mana hasil uji t variabel Label Halal menunjukkan sig sebesar  $t_{hitung}$  >  $t_{tabel}$  yaitu 6,881 > 1,984 berarti  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Sehingga Label Halal memberikan pengaruh yang signifikan dalam Keputusan Pembelian Sosis Dikuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang, penelitian yang dilakukan oleh Reni Kumala sari, 2017, fakultas ekonomi dan bisnis IAIN Ponorogo, dimana hasil penelitian nya ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  >  $t_{tabel}$  yaitu 1,471 > 1,670 dengan tingan signifikan 0,146 dan koefisien regresi sebesar 0,134. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh label halal terhadap minat beli produk makanan impor masyarakat Kota Bengkulu, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Label halal berpengaruh terhadap minat beli produk makanan impor. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi linier sederhana yang diperoleh nilai  $F_{hitung} = 167.383,834$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $<,001 < 0,05$ , maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel Label Halal (X) terhadap Variabel Produk Makanan Impor (Y).
2. Signifikan peran secara parsial atau variabel independent terhadap variabel dependent ditunjukkan dari hasil uji t yaitu,  $t_{hitung}$  sebesar 409,126 dan nilai sig.  $<,001 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini yang menyatakan label halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap produk makanan impor di Kota Bengkulu diterima.

#### **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kajian teori, berikut peneliti kemukakan saran bagi objek penelitian

maupun penelitian lainnya yang ingin mengembangkan penelitian sejenis:

1. Bagi masyarakat khusus pemeluk agama islam hendaknya tetap menjaga dan memperhatikan konsumsi produk makanan sesuai syariat islam, karena islam telah mengajarkan umatnya untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan *toyib* guna mendapatka ridha Allah SWT.
2. Karena besarnya pengaruh label halal terhadap minat konsumsi produk makanan impor maka diharapkan kepada seluruh produsen yang pengimpor produk makanan impor mendaftarkan produk impornya tersebut kepada BPJPH agar mendapatkan sertifikasi halal dan memiliki status yang legal.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi label halal, agar dapat lebih melengkapi penelitian ini karena masih banyak variabel bebas lainnya yang juga mempengaruhi keputusan pembelian.
4. Bagi pemerintah diharapkan lebih selektif dalam memberikan sertifikasi halal terkhusus pada produk-produk impor yang notabennya bukan berasal dari negara mayoritas bukan pemeluk agama islam, terutama produk makanan, karena masyarakat Indonesia merupakan mayoritas yang beragama muslim.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adetio, Setiawan Romi, 2016. *The Relevance Of Ibn Taymiyyah Economics In Addressing Poverty And Income Distribution*,Bengkulu: ( Madania: Jurnal Kajian Keislaman).
- Agus, Panji Adam, 2017. *Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam*, (Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah)
- Agustian, dkk, 2013. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, *JIMKES* (Manajemen Kesatuan: Jurnal Ilmiah)
- Ahmad Syafiq, 2019. *Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam*, (El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam)
- Andriani, Yuni, 2020. *Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Niat Beli Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia(STUDI KASUS: HPAI DC*, (Bunda Evy: Kota Bengkulu)
- Bella, dkk, 2016. *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online*, h. 389–99
- Bulan, dkk, 2017. *Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa*, (Jurnal: Manajemen Dan Keuangan)
- Herman, Ade, 2018. *Informasi Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif* (Jakarta:Rhineka Chipta)
- Herudiansyah, Gumar, 2019. *Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Desa Tebedak Ii Kecamatan Payaraman Ogan Ili*’, h. 84–89
- Husin, dkk, 2019. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal Di Kalangan Masyarakat Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh*, (Jurnal: Ekonomi Dan Bisnis Islam,)

- Izzuddin, Ahmad, 2018. *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner*, (Jurnal Penelitian Ipteks)
- Jackson R.S. Weenas, 2013. *Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta'*, Jackson R.S. Weenas. Jurnal:Pendidikan
- Kalbarini, dkk 2022. *Label Halal Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Usaha Maha Bakery Di Kota Pontianak*, (Halal: Research Journal)
- Ma'had Tahfidh Yanbu'ul Kudus, *Al-Qur'an Al-Quddus*, ed. by Ma'had Tahfidh Yanbu'ul Kudus (CV. Mubarakatan Thoyyibah)
- Muhammad Fahmul Iltiham, and Muhammad Nizar, 2020. *Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian*, Malia (Terakreditasi), 11.2, 311–26 <<https://doi.org/10.35891/ml.v11i2.2149>>
- Nikmatulloh, dkk, 2021. *Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Online Pada Marketplace Bukalapak (Studi Pada Pengguna Bukalapak Di Kota Semarang)*, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 10.1, 837–48 <<https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29832>>
- Nugraha, dkk, 2017. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 50.5
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang *Jaminan Produk Halal*.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang kesehatan
- Purbohastuti, dkk, 2020. *Jurnal Bisnis Terapan. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Penerbit Politeknik Ubaya, Surabaya*, h. 37–46
- Rabbani, Aletheia, 2021. *Pengertian Minat Beli, Aspek, Faktor*,

*Indikator, Dan Tahapannya, Sosial*79

- Rambe, Deni Purnama, 2020. *Pengaruh Pengalaman Dan Labelisasi Halal Terhadap Keberhasilan Ivan Bak Ery Cake Dan Donuts Mayang Mangurai Kota Jambi*, Kaos Gl Dergisi
- Randi, 2016. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam Goreng (Studi Pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru*, Spill Science and Technology Bulletin,
- Sugiono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta)
- Yunitasari,dkk, 2019. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, Jurnal Ekonomi Islam, 2.1 (2019), 49–57

L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N



**FORM 2 PENGAJUAN JUDUL TUGAS AKHIR**

**JURNAL ILMIAH, BUKU, PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT,  
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA**

**I. Identitas Mahasiswa**

Nama : Mirantika Tiningsih  
NIM : 1811130155  
Program Studi : 8E Ekonomi Syariah  
Anggota : 1. .... (NIM:.....)  
2. .... (NIM:.....)  
(maksimal 3 Orang)

**II. Pilihan Tugas Akhir:**

- Jurnal Ilmiah
- Buku
- Pengabdian Kepada Masyarakat
- Prgram Kreativitas Mahasiswa (Karya di Bidang Kewirausahaan)

Judul Tugas Akhir:

**"PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT KONSUMSI MASYARAKAT" - Kota Bengkulu**

**III. Proses Validasi:**

A. Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir Catatan:

Konsultasi Judul .....

Bengkulu, 28 Maret 2022

Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Dr. Nurul Hak, M.A

NIP : 196606161995031002

B. Ketua Jurusan

Judul yang disetujui:

.....  
.....

Penunjukkan Dosen Pembimbing:

.....

Bengkulu, .....

Mengesahkan  
Kajur Ekis/Manajemen

Yenti Sumarni, M.M

NIP : 197904162007012020

Mahasiswa

Mirantika Tiningsih

NIM : 1811130155



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: [www.uinfasbengkulu.ac.id](http://www.uinfasbengkulu.ac.id)

**SURAT PENUNJUKAN**

Nomor: 0414/Un.23/ F.IV/PP.00.9/04/2022

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu (UINFAS) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : DR. Nurul Hak, MA  
N I P. : 196606161995031002  
TUGAS : Pembimbing I
2. N A M A : Yenti Sumarni, MM  
N I P. : 197904162007012020  
TUGAS : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft jurnal ilmiah, kegiatan penelitian ini dilakukan sampai persiapan ujian tugas akhir bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

1. N a m a : Mirantika Tiningsih  
Nim : 1811130155

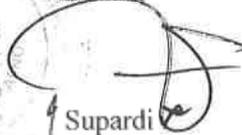
Judul Tugas Akhir: Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Konsumsi Masyarakat Kota Bengkulu.

Keterangan : JURNAL ILMIAH

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.



Ditetapkan di : Bengkulu  
Pada Tanggal : 12 April 2022  
Dekan,

  
Supardi

Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.

## KUESIONER PENELITIAN

### **PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT KONSUMSI PRODUK MAKANAN IMPOR PADA MASYARAKAT KOTA BENGKULU**

Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi yang menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya sejenak mengisi pertanyaan yang disediakan dalam kuesioner ini.

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang pengaruh label halal terhadap minat beli konsumen terhadap produk makanan impor. Oleh karena itu disela-sela kesibukan anda, kami mohon dengan hormat untuk mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan anda dan partisipasi anda untuk mengisi kuesioner yang ada, saya ucapkan banyak terimakasih.

Hormat Saya

Mirantika Tiningsih

## Identitas Responden

Nama :  
Jenis kelamin : Laki-laki/Perempuan  
Umur :  
Status : Ibu Rumah Tangga/ Tokoh Agama/ Mahasiswa/I  
Domisili :

## Daftar Kuesioner

Beri tanda: (√) bila jawaban saudara sesuai dengan jawaban dibawah ini :

SS = Sangat Setuju Dengan nilai :5  
S = Setuju Dengan nilai :4  
N = Netral Dengan nilai :3  
TS = Tidak Setuju Dengan nilai :2  
STS = Sangat Tidak Setuju Dengan nilai :1

Label Halal (X)						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mengetahui kegunaan label halal pada produk makanan impor.					
2.	Saya mengetahui produk makanan impor yang dilabeli label halal dan yang tidak dilabeli.					
3.	Saya selalu memperhatikan label halal pada kemasan produk makanan impor sebelum mengkonsumsi.					
4.	Saya meyakini kehalalan produk makanan impor yang berlabelisasi halal sesuai Standar Fatwa Halal.					
5.	Saya pemercayai produk makanan impor yang memiliki label halal telah terdaftar di BPJPH dan memiliki izin edar.					
6.	Label halal pada produk makan impor cukup memberikan jaminan terbebas dari unsur haram.					
7.	Label halal pada kemasan produk makanan impor dapat dipercayai.					

Minat Beli (Y)						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya membeli produk makanan impor karena kebutuhan					
2.	Saya membeli produk makanan impor karena keingintahuan.					
3.	Saya membeli produk makanan impor atas rekomendasi orang terdekat (keluarga atau teman).					
4.	Produk makanan impor lebih menarik perhatian saya dibandingkan produk lokal.					
5.	Saya akan mencari tahu produk makanan impor apa saja yang sudah ada dikota Bengkulu beserta harganya.					
6.	Anda akan mencari tahu orang terdekat (teman dan keluarga) yang pernah mengkonsumsi produk makanan impor.					
7.	Anda akan mencari rewiw produk makanan impor di media sosial.					

Bengkulu, 16 September 2022

Peneliti

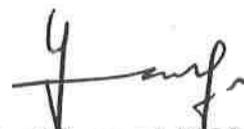


**Mirantika Tiningsih**  
NIM.1811130155

Mengetahui,  
Dosen pembimbing I

**Dr. Nurul Hak, MA.**  
NIP. 1981012201150320003

Dosen pembimbing II



**Yenti Sumarni, M.M**  
NIP. 197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon  
(0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: [www.uinfasbengkulu.ac.id](http://www.uinfasbengkulu.ac.id)

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mirantika Tiningsih  
Program Studi : Ekonomi Syari'ah  
NIM : 1811130155  
Pembimbing I/II : Dr. Nurul Hak, MA.  
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal Terhadap Minat  
Konsumsi Masyarakat Kota Bengkulu

No	Hari/ Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1		Sumber tulisan, banyak dari jurnal, bulan bulan ke-10	Parabola	R
2		Penelitian tentang gula Mudeley	Parabola dan Peterson	R
3		Tentukan jurnal yang tidak terakreditasi	Lanjutan	R
4		Rapikan tulisan kembali pada	Lanjutan	R
5		Dalam bentuk jurnal.	Lanjutan	R
6		-	all	R

7				
8				

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Yenti Sumarni, M.M  
NIP. 197904162007012020

Bengkulu, 2022  
Pembimbing I



Dr. Nurul Hak, MA.  
NIP. 1981012201150320003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Falah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon  
(0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172  
Website [www.uinfasbengkulu.ac.id](http://www.uinfasbengkulu.ac.id)

**LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Mirantika Tiningsih  
Program Studi : Ekonomi Syari'ah  
NIM : 1811130155  
Pembimbing II : Yenti Sumarni, M.M  
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal Terhadap Minat  
Konsumsi Masyarakat Kota Bengkulu

No	Hari/ Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	Senin, 2 Mei 2022	Bab 1	Sesuaikan dengan tema penelitian.	
2	Selasa, 24 Mei 2022		- Fokus objek Kota Bengkulu - BPOM/MUI - Fokus produk	
3	Jum'at, 15 Juli 2022		Sesuai variabe x- y	
4	Selasa, 23 Agustus 2022		Perbaiki Variabel y	
5	Selasa, 13 Desember 2022	Pembahasan	Rapikan ujihipotesis dan analisis.	
6	Rabu, 14 Januari 2022	Pembahasan	Dari hasil uji, sesuaikan dengan rumusan masalah dan teori.	

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

**Yenti Sumarni, M.M**  
NIP. 197904162007012020

Bengkulu, 3 Januari 2023  
Pembimbing II

**Yenti Sumarni, M.M**  
NIP. 197904162007012020

**LETTER OF ACCEPTANCE**

No. 019/JBI-FEBI/001/2023

Yth,  
**Mirantika Tiningsih**  
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu  
mirantikatiningsih.com

Assalamu'alaikum.wr.wb

Dengan surat ini kami menginformasikan bahwa paper dengan judul :

**Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Impor Pada Masyarakat Kota Bengkulu**

Telah diterima untuk di publikasikan pada jurnal **Baabu Al-Ilmi: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah** dan akan dijadwalkan terbit pada **Volume 8, Nomor 2, Oktober 2023**. Berdasarkan Rekomendasi Dewan Editorial tanpa koreksi besar dalam konten yang dikirimkan oleh penulis. Surat ini adalah konfirmasi resmi penerimaan paper penelitian anda.

Jurnal ini diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu. Setiap paper yang terbit akan diberikan Digital Object Identifier (DOI) untuk memfasilitasi visibilitas dan indeksasi artikel tentang pengindeks Nasional dan Internasional.

Terimakasih jika anda memiliki pertanyaan jangan ragu untuk menghubungi kami.  
Wassalammu'alaikum wr.wb.

Bengkulu, 20 Januari 2023  
Chief Editor

  
  
Esti Alfiah, ME  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Bengkulu

## PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN IMPORT PADA MASYARAKAT KOTA BENGKULU

**Mirantika Tiningsih<sup>1</sup>**

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu  
[mirantikatiningsih@gmail.com](mailto:mirantikatiningsih@gmail.com)

**Nurul Hak<sup>2</sup>**

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu  
[nurul\\_hak@iainbengkulu.ac.id](mailto:nurul_hak@iainbengkulu.ac.id)

**Yenti Sumarni<sup>3</sup>**

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu  
[yenti@iainbengkulu.ac.id](mailto:yenti@iainbengkulu.ac.id)

**Abstract** : Population density causes Indonesia to be unable to fully meet the needs of its people. This will encourage Indonesia to import consumer goods to meet the consumption needs of its people. Most of Indonesia's population is Muslim and not all imported products have halal status. The Halal Product Assurance Organizing Agency (BPJPH) provides halal certification services for products that enter, circulate and trade in the territory of Indonesia. The purpose of this study was to determine the effect of the halal label on buying interest partially on the intention to buy imported food products in the people of Bengkulu City. Based on the results of the t test, the halal label variable has a significant effect on the interest in buying imported food products in the people of Bengkulu City.

**Keywords** : Halal label and Purchase Interest

**Abstrak** : Kepadatan penduduk menyebabkan Indonesia tidak mampu memenuhi kebutuhan hidup rakyatnya secara penuh. Hal tersebut akan mendorong Indonesia untuk melakukan impor barang konsumsi guna memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakatnya. Sebagian besar penduduk Indonesia beragama islam dan tidak semua produk yang di impor berstatus halal. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) menyelenggarakan layanan sertifikasi halal bagi produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap minat beli secara parsial terhadap minat beli produk makanan import pada masyarakat Kota Bengkulu. Berdasarkan hasil uji t variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk makanan import pada masyarakat Kota Bengkulu.

**Kata Kunci** : Label halal dan Minat Beli

## A. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara berkembang dan menuju Indonesia maju yang senantiasa berusaha untuk meningkatkan dan mengembangkan kesejahteraan rakyat melalui pembangunan. Salah satunya dengan pembangunan ekonomi yang tujuannya untuk meningkatkan ketersediaan atau perluasan distribusi barang-barang kebutuhan pokok untuk kehidupan. Perkembangan globalisasi saat ini berkembang sangat pesat, hal ini berdampak pada kemajuan teknologi, kemajuan telekomunikasi dan pendapatan ekonomi. Dalam data BPS tahun 2020, Indonesia memiliki jumlah penduduk mencapai 270,20 juta jiwa. Indonesia merupakan negara dengan mayoritas muslim terbanyak sekitar 229,62 juta jiwa.<sup>1</sup> Kota Bengkulu sendiri menurut data Badan Pusat Statistik pada tahun 2018 jumlah penduduk kota Bengkulu sebesar 2,5 juta jiwa dan Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Bengkulu menunjukkan bahwa 349.375 dari masyarakat Kota Bengkulu beragama islam. Hal tersebut akan mendorong Indonesia untuk melakukan impor barang konsumsi guna memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakatnya. Seperti yang kita ketahui tidak semua produk impor halal, halal yang dimaksud ialah diproduksi dengan bahan dan proses sesuai dengan syariat islam, mengingat produk makanan import tidak hanya dari negara islam.

Produk import di Indonesia sudah banyak dan mudah ditemukan pada setiap supermarket besar. Jika konsumen tidak teliti dalam membeli, dikhawatirkan produk makanan tersebut dikonsumsi dengan bahan yang mengandung unsur haram (fitri,2016).<sup>2</sup> Hal ini bertolak dengan perintah Allah dalam Q.S. Al-Baqarah 2: Ayat 168, yaitu:

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

Artinya: "Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu."<sup>3</sup>

Masalah *halal* dan *haram* dalam islam memiliki kedudukan yang tinggi dalam islam. Garis besar ajaran islam terbagi menjadi 3(tiga) kelompok, yaitu *pertama*, berisi perintah-perintah (*al-awamir*) yang harus dikerjakan oleh umat islam baik sebagai hamba Allah maupun sebagai Khalifah-Nya dimuka bumi(*khalifah Allah fi al-ardh*). *Kedua*, berisi larangan-larangan (*al-nawahi*) yang harus ditinggalkan oleh umat islam. *Ketiga*, petunjuk-petunjuk (*al-irsyadat*) untuk kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat.<sup>4</sup> Qardhawi (Ath;Thanwil, 2016) mendefinisikan halal sebagai segala perkara yang diperbolehkan, tidak mengandung transaksi yang terlarang secara syariat, dan telah

<sup>1</sup> Vivi Yunitasari and Moch. Khoiril Anwar, 'Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Import Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya', *Jurnal Ekonomi Islam*, 2.1 (2019), 49-57 <<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/26639/24392>>.h.50

<sup>2</sup> Yunitasari and Moch. Khoiril Anwar.h.50

<sup>3</sup> Ma'had Tahfidh Yanbu'ul Kudus, *Al-Qur'an Al-Quddus* (CV. Mubarakatan Thoyyibah).

<sup>4</sup> Panji Adam Agus, 'Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam', *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1.1 (2017), 150-65 <<https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2172>>.h.150-151

dilegitimasi oleh syariat untuk memberlangsungkan perkara tersebut.<sup>5</sup> Hal ini sesuai yang disampaikan oleh Ibnu Qayyim menjelaskan prinsip-prinsip moral yang harus dijunjung tinggi oleh umat Islam dalam kehidupan sehari-hari dan urusan bisnis mereka. Ketaatan kepada Allah SWT, ketaatan pada agama, akhlak yang baik, dan kejujuran adalah diantara nilai-nilai etika kebaikan.<sup>6</sup>

Makanan halal akan paling populer di Indonesia, yang merupakan rumah bagi populasi Muslim terbesar di dunia.<sup>7</sup> Untuk melindungi konsumen muslim dari *kemudharatan* tersebut, di Indonesia konsumen muslim dilindungi oleh lembaga Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang menyelenggarakan layanan sertifikasi halal bagi produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia terhitung sejak 17 Oktober 2019. Dalam penyelenggaraannya BPJPH bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk ketetapan kehalalan produk dan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan Dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) untuk pemeriksaan dan atau pengujian kehalalan suatu produk sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.<sup>8</sup>

Menurut Yohanes Lamarto dalam buku *Fundamental Of Marketing* mendefinisikan label adalah ciri lain dari produk yang perlu diperhatikan. Label adalah bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualannya. Label bisa merupakan bagian sebuah kemasan, atau merupakan etiket-lepas yang ditempelkan pada produk. Label juga bisa berupa gantungan sederhana yang ditempelkan pada produk atau gambar yang dirancang secara rumit dan menjadi kemasan. Label bisa membawa nama merek saja, atau sebagian besar dari informasi mengenai sebuah produk. Sewajarnya jika antara kemasan, label, dan merek terjalin suatu hubungan yang erat sekali.<sup>9</sup> Menurut Kotler dan Armstrong (2010:254) label adalah merek sebagai nama, istilah, tanda, lambang, desain atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mengidentifikasikan mereka dari para pesaing.<sup>10</sup>

<sup>5</sup> Tengku Putri Lindung Bulan and Klairul Fazrin, 'Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa', *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6.2 (2017), 729–39.h.731

<sup>6</sup> Zuul Fitriani Umami, 'Pemikiran Ekonomi Ibnu Al-Qayyim Al-Jauziyyah', *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4.1 (2019), 59 <<https://doi.org/10.29300/ba.v4i1.1689>>.h.63

<sup>7</sup> Herlina Yustati dan Disya Lidian Handayani, 'Strategi Perbankan Syariah Dalam Menyokong Indonesia Menjadi Trend Setter Industri Halal', *Baabu Al-Ilmi*, 2.1 (2017), 16–35 <<http://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/aifilmi/article/view/952>>.h.19

<sup>8</sup> **KEPUTUSAN MENTRI AGAMA REPUBLIK INDONESIA NOMOR 982 TAHUN 2019, Tentang LAYANAN SERTIFIKASI HALAL.** (Jakarta, 2019).

<sup>9</sup> DENI PURNAMA RAMBE, 'PENGARUH PENGALAMAN DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEBERHASILAN IVAN BAK ERY CAKE DAN DONUTS MAYANG MANGURAI KOTA JAMBI', *Kaos GL Dergisi*, 8.75 (2020), 147–54.h.14

<sup>10</sup> Azis Sali Husin, Nevi Hasnita, and Evriyenni, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal Di Kalangan Masyarakat Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.1 (2019), 1–12.h.4

Menurut Sukesti, F. dan Mamdukh B., (2014) labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.<sup>11</sup> Mekanisme pembuatan sertifikasi halal yaitu, *pertama*, menyerahkan dokumen permohonan sertifikasi halal. *Kedua*, BPJPH memeriksa kelengkapan dokumen dan menetapkan lembaga pemeriksa hala. *Ketiga*, LPH memeriksa dan/atau menguji kehalalan produk. *Keempat*, MUI menetapkan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal. *Kelima*, BPJPH menerbitkan sertifikasi halal.<sup>12</sup> Manfaat label halal selain sebagai pertimbangan moral harus terjaga pada umat islam. Label halal juga dapat dijadikan sebagai salah satu senjata ampuh dalam strategi pemasaran bagi setiap perusahaan dizamanini. Mengingat umat islam adalah salah satu pasar terbesar di dunia, maka produk halal menjadi faktor penentu pada strategi produk didalam bauran pemasarannya, sehingga pasar umat islam menjadi lebih tertarik kepada produk-produk halal.<sup>13</sup>

Menurut Yamin (2013) minat beli konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Menurut Duriyanto, (2013) minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.<sup>14</sup> Assael membagi tahap minat beli menjadi dua bagian, *pertama*, *Purchase* yaitu, suatu proses keputusan pembelian yang kompleks jeda waktu antara minat beli dengan putusan pembelian akan mempunyai jeda waktu yang lebih besar, hal ini dikarenakan banyak faktor yang akan mempengaruhi konsumen. *Kedua*, *No Purchase* minat untuk membeli terdapat kemungkinan bahwa konsumen menunda untuk menggunakan merek atau tidak jadi menggunakan suatu merek yang disebabkan oleh outside constraints (pengaruh dari luar) seperti ketidaksediaan merek, perubahan harga serta informasi tentang merek baru.<sup>15</sup> Super dan Crites menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu: 1) Perbedaan pekerjaan, 2) Perbedaan sosial ekonomi, 3) Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya. 4) Perbedaan jenis kelamin, dan 5) Perbedaan usia.<sup>16</sup>

Ferdinand menyatakan indikator minat beli terdiri dari: 1) Minat transaksional yaitu, Minat transaksional adalah minat untuk membeli suatu produk. 2) Minat refrensial yaitu, Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. 3) Minat

<sup>11</sup> Rani Nugraha, M kholid Mawardi, and Anisa Samira Bafadhal, 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50.5 (2017), 113-20.h.155

<sup>12</sup> 'Layanan Sertifikasi Halal', *Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama*, 2019 <<http://www.halal.go.id/layanan/sertifikasi>> [accessed 5 July 2022].

<sup>13</sup> Bulan and Fazrin.h731

<sup>14</sup> Arum Wahyuni Purbohastuti and Asmi Ayuning Hidayah, 'Jurnal Bisnis Terapan. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Penerbit Politeknik Ubaya, Surabaya', 2020, 37-46.h.38

<sup>15</sup> Randi, 'PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA MAKANAN FAST FOOD AYAM GORENG (STUDI PADA KONSUMEN TEXAS CHICKEN PEKANBARU)', *Spill Science and Technology Bulletin*, 2.2 (2016), 1-9 <<https://doi.org/10.1155/2013/704806>>.h.4

<sup>16</sup> Purbohastuti and Hidayah.h.39

preferensial yaitu, Perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. 4) Minat eksploratif yaitu, Perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.<sup>17</sup>

Minat beli tidak lain juga berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan berupa konsumsi. Konsumsi akan terjadi jika manusia memiliki uang (harta). Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengkonsumsi dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu sebagai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Etika konsumsi islam dalam memenuhi kebutuhan, sebagai berikut: 1) Jenis barang yang dikonsumsi adalah barang yang baik dan halal (*halalan toyyiban*), yaitu: zat, artinya secara materi barang tersebut telah disebutkan dalam hukum syariah dan proses, artinya dalam prosesnya sudah memenuhi kaidah syariah. Cara mendapatkannya tidak dilarang, misal: riba, merampas, menipu, mengurangi timbangan dan lain-lain. 2) Kemanfaatan dan kegunaan barang yang dikonsumsi, artinya lebih memberikan manfaat dan jauh dari merugikan baik dirinya maupun orang lain. 3) Kualitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan dan tidak terlalu sedikit atau kikir atau bakhil, tapi pertengahan serta mendapatkan kekayaan berlebih harus mau berbagi melalui zakat, infak, sedekah maupun wakaf dan ketika kekurangan harus sabar dan merasa cukup dengan apa yang dimilikinya.<sup>18</sup>

Keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Abdullah (2003)).<sup>19</sup> Menurut penelitian Yunus, Rashid, Arifin, dan Rashid (2014) terkait minat membeli produk halal menunjukkan komposisi bahan-bahan yang terdapat dalam produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli konsumen muslim.<sup>20</sup> Minat beli adalah tahap terakhir dari suatu proses keputusan yang kompleks. Proses ini dimulai dari munculnya kebutuhan akan suatu produk atau merek (*need arousal*), kemudian pemrosesan informasi oleh konsumen (*consumer information processing*), selanjutnya konsumen akan mengevaluasi produk atau merek tersebut.<sup>21</sup>

Pada penelitian Vivi Yunitasari dan Moch. Khoirul Anwar pada tahun 2019 label halal memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk makanan impor pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Fokus peneliti ini menganalisa seberapa besar pengaruh label halal terhadap produk makanan impor pada konsumen muslim di Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan

<sup>17</sup> Purbohastuti and Hidayat, h.h.39

<sup>18</sup> Ahmad Syafiq, 'Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam', *El-Faqih: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5.1 (2019), 96-113 <<https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>>.h.108

<sup>19</sup> Aletheia Rabbani, 'Pengertian Minat Beli, Aspek, Faktor, Indikator, Dan Tahapannya', *Sosial79*, 2021.

<sup>20</sup> Ahmad Izzuddin, 'Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner', *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3.2 (2018), 100-114.h.103

<sup>21</sup> Rabbani.

analisis deskriptif kuantitatif, dan menggunakan 81 sampel dengan teknik *Non Probability Sampling*, sedangkan instrumen yang digunakan kuesioner yaitu, pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan skala likert dan dibuat dalam bentuk checklist, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap minat beli produk makanan impor pada masyarakat kota Bengkulu dan signifikan pengaruh label halal terhadap minat beli produk makanan impor pada masyarakat Kota Bengkulu.

## B. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan sumber data

Artikel ini dikaji dengan menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, pendekatan ini bertujuan mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa, gejala, dan kejadian yang terjadi secara faktual, sistematis, serta akurat dengan menggunakan angka yang menggambarkan karakteristik subjek yang diteliti.<sup>22</sup> Penelitian ini mendeskripsikan pengaruh label halal terhadap minat beli produk makanan import di Kota Bengkulu. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (*independent*) yaitu Label Halal (X) dan variabel terikat (*dependent*) yaitu Minat Beli (Y).

### 2. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah masyarakat Kota Bengkulu yang berjumlah 81 orang dengan mengambil 9 orang dari setiap Kecamatan yang ada di Kota Bengkulu.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa, Ibu Rumah Tangga, dan Tokoh Agama Masyarakat Kota Bengkulu yang dianggap telah memiliki pengetahuan tentang perilaku konsumsi dalam Islam. Teknik Pengambilan Sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling*. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* yaitu, teknik yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *Non Probability Sampling* yang digunakan adalah teknik *Purposive Sampling* yaitu, teknik penentuan sampel dengan ketentuan tertentu.<sup>23</sup>

### 3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari responden atau sumber pertama berupa informasi-informasi yang belum diolah hasil dari kuesioner masyarakat Kota Bengkulu., serta data sekunder bersumber dari berupa buku, jurnal, artikel, dan data sejenis yang dibutuhkan dalam penelitian.

<sup>22</sup> sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung, 2016).

<sup>23</sup> prof. Dr. Sugiono, *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung, 2013),h.120

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui tiga tahapan. *Pertama* metode observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan. *Kedua*, angket/kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>24</sup> *Ketiga*, dokumentasi berupa foto-foto observasi, dan yang berkaitan dengan produk halal dan tidak halal.

#### 4. Teknik Analisis Data

Pengujian kualitas data penelitian ini diseleksi melalui uji validitas yaitu kevalidan dan uji reabilitas yaitu dapat dipercaya. Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis terdistribusi normal jika nilai signifikan > 0,60 dan jika nilai signifikan < 0,60 tidak terdistribusi dengan normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode uji normalitas *Kolmogorov Sminornov*.

Uji hipotesis pada penelitian ini melalui dua tahapan, *pertama*, Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

Y = Variabel dependent

X = Variabel independent

$\alpha$  = Konstanta

*Kedua*, uji t dilakukan untuk mengetahui signifikan peran secara parsial atau variabel independent terhadap variabel dependent dengan menggunakan bahwa variabel independent lain di anggap konstan. Apabila tingkat signifikan <  $\alpha$  (0,05), maka variabel independent secara individual berpengaruh terhadap variabel dependent. Apabila tingkat signifikan >  $\alpha$  (0,05), maka variabel independent secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependent. Jika signifikan >  $\alpha$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### C. Hasil dan Pembahasan

#### 1. Analisis Data

Hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini yang diolah menggunakan SPSS sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil uji validitas variabel X dan Y**

Uji validitas variabel X				Uji validitas variabel X			
No soal	r hitung	r tabel	keterangan	No soal	r hitung	r tabel	Keterangan
X.1	0,487	0,219	Valid	Y.1	0,689	0,219	Valid
X.2	0,669	0,219	Valid	Y.2	0,616	0,219	Valid
X.3	0,596	0,219	Valid	Y.3	0,668	0,219	Valid

<sup>24</sup> prof. Dr. Sugiono.h.124

X.4	0,659	<b>0,219</b>	Valid	Y.4	0,426	<b>0,219</b>	Valid
X.5	<b>0,698</b>	<b>0,219</b>	Valid	Y.5	<b>0,720</b>	<b>0,219</b>	Valid
X.6	0,673	<b>0,219</b>	Valid	Y.6	0,669	<b>0,219</b>	Valid
X.7	0,726	<b>0,219</b>	Valid	Y.7	0,645	<b>0,219</b>	Valid

Sumber: data primer diolah 2022

Hasil analisis perhitungan dikatakan valid jika nilai signifikan  $< \text{Alpha } (0,05)$ . Data dari tabel 1. Hasil uji validitas variabel X dan Y diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing-masing pernyataan pada variabel Label Halal (X) dan variabel Minat Beli (Y) memiliki nilai  $r_{\text{hitung}} > 0,219$  sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel pada instrumen pernyataan Label Halal dalam penelitian dinyatakan valid

**Tabel 2. Uji reliabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,886	14

Sumber: data primer diolah SPSS 2022

Berdasarkan data output SPSS pada tabel 2. Uji reliabilitas diketahui Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar ,886  $> 0,06$  maka kuesioner peneliti dikatakan reliabel atau terperaya sebagai alat pengumpulan data. Nilai uji normalitas kolmogorov smirnov juga memiliki nilai residual Sig. ,495  $> 0,05$ , maka model regresi nilai residual berdistribusi normal.

**Tabel 3. Anova**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	188378,079	1	188378,079	167383,834	$< ,001^b$
	Residual	88,909	79	1,125		
	Total	188466,988	80			
a. Dependent Variable: MINAT BELI PRODUK MAKANAN IMPORT						
b. Predictors: (Constant), LABEL HALAL						

Sumber: data primer diolah SPSS 2022

Data output SPSS tersebut dapat diketahui bahwa nilai  $F_{\text{hitung}} = 167.383,834$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $< ,001 < 0,05$ , maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y). model summary uji regresi linier sederhana besarnya nilai kolerasi atau hubungan  $R^2$  dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi atau  $R^2$  Square sebesar 387, yang artinya bahwa pengaruh variabel bebas atau variabel

label halal (X) terhadap Variabel terikat atau variabel Minat Beli Produk Makanan Impor (Y) sebesar 38,7 %.

**Tabel 4. Analisis regresi linier sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Partial	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,884	,387		-4,865	<,001					
	LABEL HALAL	1,985	,005	1,000	409,126	<,001	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: MINAT KONSUMSI PRODUK MAKANAN IMPORT

Sumber: data primer diolah SPSS 2022

Output dari tabel 4 jumlah konstanta sebesar -1,884, dan nilai B 1,985 sehingga persamaan regresi yang ditulis :

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = -1,884 + 1,985X$$

Persamaan regresi linier sederhana tersebut memiliki nilai negatif pada konstanta yaitu -1,884 yang menyatakan bahwa apabila label halal bernilai nol maka minat beli akan bernilai negatif yaitu -1,884. Model tersebut mengandung arti bahwa setiap terjadi kenaikan 1 nilai label halal atau X sebesar 1,985, maka diikuti menurunnya minat beli sebesar 1,985.

**Tabel 5. Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Partial	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,884	,387		-4,865	<,001					

	LABEL HALAL	1,985	,005	1,000	409,126	<,001	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
a. Dependent Variable: MINAT KONSUMSI PRODUK MAKANAN IMPORT											

Sumber: data primer diolah SPSS 2022

Uji t menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar -409,126 dan nilai sig.  $<,001 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini yang menyatakan Label Halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Produk Makanan Import di Kota Bengkulu diterima.

#### Uji pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Import Pada Masyarakat Kota Bengkulu.

Hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan nilai  $F_{hitung} = 167.383,834$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $<,001 < 0,05$ , maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel Label Halal (X) terhadap Variabel Minat Beli Produk Makanan Import (Y). Dilihat dari output model summary uji regresi linier sederhana besarnya nilai kolerasi atau hubungan R 622 dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi atau R Square sebesar 38%, yang artinya bahwa pengaruh variabel bebas label halal (X) terhadap Variabel terikat Minat Beli Produk Makanan Import (Y) sebesar 38,7 %.

Tabel Coefficients menunjukkan jumlah konstanta sebesar -1,884, dan nilai label halal pada kolom B 1,985. Persamaan regresi linier sederhana tersebut memiliki nilai negatif pada konstanta yaitu -1,884 artinya bahwa setiap terjadi kenaikan 1 nilai label halal atau X sebesar 1,985, maka diikuti menurunnya minat beli atau Y sebesar 1,885.

#### Label Halal Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Import Pada Masyarakat Kota Bengkulu.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa label halal berpengaruh terhadap minat beli produk makanan impor, yang berarti bahwa label halal yang dicantumkan pada kemasan produk makanan impor mampu mempengaruhi minat konsumsi masyarakat. Hal ini didukung dengan hasil yang diperoleh dengan nilai regresi linier sederhana dengan nilai  $\beta$  label halal sebesar 1,985 dimana nilai  $t_{hitung} 409,126 > t_{tabel} 1,99045$  dengan tingkat signifikansi uji t sebesar sig.  $<,001 < 0,05$  artinya bahwa Minat Konsumsi Produk Makanan Import (Y) dipengaruhi oleh Label Halal.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya dengan variabel bebas lain yang dilakukan dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan, 2016, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra. Di mana hasil uji t variabel Label Halal menunjukkan sig sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $6,881 > 1,984$  berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga Label Halal memberikan pengaruh yang signifikan dalam Keputusan Pembelian Sosis Dikuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang, penelitian

yang dilakukan oleh Reni Kumala sari, 2017, fakultas ekonomi dan bisnis IAIN Ponorogo, dimana hasil penelitiannya ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $1,471 > 1,670$  dengan  $t_{tabel}$  signifikan 0,146 dan koefisien regresi sebesar 0,134. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk.<sup>25</sup>

Masyarakat khusus pemeluk agama islam (muslim) hendaknya tetap menjaga dan memperhatikan konsumsi produk makanan sesuai syariat islam, karena islam telah mengajarkan umatnya untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan *toyib* guna mendapatkan ridha Allah SWT. Uji regresi linier sederhana dengan hasil negatif dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kota Bengkulu memiliki minat beli yang rendah terhadap produk makanan import dan tak sedikit dari masyarakat Kota Bengkulu lebih cenderung mengkonsumsi produk lokal. Rendahnya minat beli tersebut dipengaruhi oleh kurang/keraguan masyarakat terhadap efektifitas label halal.

#### D. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh label halal terhadap minat beli produk makanan impor masyarakat Kota Bengkulu, dapat disimpulkan, persamaan regresi linier sederhana tersebut memiliki nilai pengaruh negatif label halal terhadap minat beli produk makanan impor pada masyarakat Kota Bengkulu. Sedangkan, hasil uji  $t$  berpengaruh signifikan variabel label halal terhadap minat beli produk makanan impor pada masyarakat Kota Bengkulu.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kajian teori, berikut peneliti kemukakan saran bagi objek penelitian maupun penelitian lainnya yang ingin mengembangkan penelitian sejenis:

1. Kepada seluruh produsen yang pengimpor produk makanan impor diharapkan mendaftarkan produk impornya tersebut kepada BPJPH agar mendapatkan sertifikasi halal dan memiliki status yang legal.
2. Bagi pemerintah diharapkan lebih selektif dalam memberikan sertifikasi halal terkhusus pada produk-produk impor yang notabennya bukan berasal dari negara mayoritas bukan pemeluk agama islam, terutama produk makanan, karena masyarakat Indonesia merupakan mayoritas yang beragama muslim

#### Daftar Pustaka

- Agus, Panji Adam, 'Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam', *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1.1 (2017), 150–65 <<https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2172>>
- Ahmad Syafiq, 'Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan

<sup>25</sup> Bulan and Fazrin.

- Islam', *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5.1 (2019), 96–113  
<<https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>>
- Bulan, Tengku Putri Lindung, and Khairul Fazrin, 'Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa', *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6.2 (2017), 729–39
- Handayani, Herlina Yustati dan Disfa Lidian, 'Strategi Perbankan Syariah Dalam Menyokong Indonesia Menjadi Trend Setter Industri Halal', *Baabu Al-Ilmi*, 2.1 (2017), 16–35  
<<http://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/alilmi/article/view/952>>
- Husin, Azis Sali, Nevi Hasnita, and Evriyenni, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal Di Kalangan Masyarakat Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.1 (2019), 1–12
- Izzuddin, Ahmad, 'Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner', *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3.2 (2018), 100–114
- KEPUTUSAN MENTRI AGAMA REPUBLIK INDONESIA NOMOR 982 TAHUN 2019, Tentang LAYANAN SERTIFIKASI HALAL. (Jakarta, 2019)
- 'Layanan Sertifikasi Halal', *Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama*, 2019 <<http://www.halal.go.id/layanan/sertifikasi>> [accessed 5 July 2022]
- Ma'had Tahfidh Yanbu'ul Kudus., *Al-Qur'an Al-Quddus* (CV. Mubarakatan Thoyyibah)
- Nugraha, Ranu, M kholid Mawardi, and Aniesa Samira Bafadhal, 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50.5 (2017), 113–20
- prof. Dr. Sugiono, *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung, 2013)
- Purbohastuti, Arum Wahyuni, and Asmi Ayuning Hidayah, 'Jurnal Bisnis Terapan. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Penerbit Politeknik Ubaya, Surabaya', 2020, 37–46
- Rabbani, Aletheia, 'Pengertian Minat Beli, Aspek, Faktor, Indikator, Dan Tahapannya', *Sosial79*, 2021
- RAMBE, DENI PURNAMA, 'PENGARUH PENGALAMAN DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEBERHASILAN IVAN BAK ERY CAKE DAN DONUTS MAYANG MANGURAI KOTA JAMBI', *Kaos GL Dergisi*, 8.75 (2020), 147–54

- Randi, 'PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA MAKANAN FAST FOOD AYAM GORENG (STUDI PADA KONSUMEN TEXAS CHICKEN PEKANBARU)', *Spill Science and Technology Bulletin*, 2.2 (2016), 1-9  
<<https://doi.org/10.1155/2013/704806>>
- sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung, 2016)
- Unari, Zuul Fitriani, 'Pemikiran Ekonomi Ibnu Al-Qayyim Al-Jauziyyah', *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4.1 (2019), 59  
<<https://doi.org/10.29300/ba.v4i1.1639>>
- Yunitasari, Vivi, and Moch. Khoirul Anwar, 'Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya', *Jurnal Ekonomi Islam*, 2.1 (2019), 49-57  
<<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/26639/24392>>



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: [www.uinfasbengkulu.ac.id](http://www.uinfasbengkulu.ac.id)

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIARISME**

**Nomor: 156/SKLP-FEBI/01/01/2023**

Ketua Tim Uji Plagiarisme Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : **Mirantika Tiningsih**  
NIM : 1811130155  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi  
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEINGINAN MASYARAKAT KOTA BENGKULU UNTUK MENGIMPOR PRODUK PANGAN**

Dinyatakan lulus uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil 22 %. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

Demikian surat keterangan ini disampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Bengkulu, 20 Januari 2023

Wakil Dekan I

**Romi Adetio Setiawan, MA., PhD**  
**NIP. 198312172014031001**

## SURAT KETERANGAN

Dengan ini memberikan keterangan bahwa:

Nama : Mirantika Tiningsih  
NIM : 1811130155  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah memiliki sertifikat **LENGKAP** sesuai dengan persyaratan **SKPI** sehinggadapat mengikuti ujian munaqasah.

Demikian surat keterangan ini dibuat, atas perkenannya diucapkan terimakasih.

Bengkulu, 16 Januari 2023

Koordinator Prodi

Ekonomi Syariah

  
/ Herlina Yustati, M.A.Ek.  
NIP 198505222019032004





## DESKRIPSI HASIL PENELITIAN

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan berikut adalah hasil jawaban dari 81 responden.

### 1. Responden Deskripsi variabel labelisasi halal (X)

- a. Saya mengetahui kegunaan label halal pada produk makanan impor.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	5	6,2	6,2	6,2
	NETRAL	3	3,7	3,7	9,9
	SETUJU	47	58,0	58,0	67,9
	SANGAT SETUJU	26	32,1	32,1	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

- b. Saya mengetahui produk makanan impor yang dilabeli label halal dan yang tidak dilabeli.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1,2	1,2	1,2
	TIDAK SETUJU	8	9,9	9,9	11,1
	NETRAL	8	9,9	9,9	21,0
	SETUJU	49	60,5	60,5	81,5
	SANGAT SETUJU	15	18,5	18,5	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

- c. Saya selalu memperhatikan label halal pada kemasan produk makanan impor sebelum mengkonsumsi.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	2,5	2,5	2,5
	NETRAL	15	18,5	18,5	21,0
	SETUJU	34	42,0	42,0	63,0
	SANGAT SETUJU	30	37,0	37,0	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

- d. Saya meyakini kehalalan produk makanan impor yang berlabelisasi halal sesuai Standar Fatwa Halal.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	8	9,9	9,9	9,9
	NETRAL	20	24,7	24,7	34,6
	SETUJU	37	45,7	45,7	80,2
	SANGAT SETUJU	16	19,8	19,8	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

- e. Saya pemercayai produk makanan impor yang memiliki label halal telah terdaftar di BPJPH dan memiliki izin edar.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	5	6,2	6,2	6,2
	NETRAL	22	27,2	27,2	33,3
	SETUJU	43	53,1	53,1	86,4
	SANGAT SETUJU	11	13,6	13,6	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

- f. Label halal pada produk makan impor cukup memberikan jaminan terbebas dari unsur haram.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1,2	1,2	1,2
	TIDAK SETUJU	14	17,3	17,3	18,5
	NETRAL	17	21,0	21,0	39,5
	SETUJU	38	46,9	46,9	86,4
	SANGAT SETUJU	11	13,6	13,6	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

- g. Label halal pada kemasan produk makanan impor dapat dipercaya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	8	9,9	9,9	9,9
	NETRAL	20	24,7	24,7	34,6
	SETUJU	42	51,9	51,9	86,4
	SANGAT SETUJU	11	13,6	13,6	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

## 2. Deskripsi variabel produk makanan impor (Y)

- a. Saya membeli produk makanan impor karena kebutuhan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1,2	1,2	1,2
	TIDAK SETUJU	12	14,8	14,8	16,0
	NETRAL	22	27,2	27,2	43,2
	SETUJU	39	48,1	48,1	91,4
	SANGAT SETUJU	7	8,6	8,6	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

b. Saya membeli produk makanan impor karena keingintahuan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	14	17,3	17,3	17,3
	NETRAL	23	28,4	28,4	45,7
	SETUJU	39	48,1	48,1	93,8
	SANGAT SETUJU	5	6,2	6,2	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

c. Saya membeli produk makanan impor atas rekomendasi orang terdekat (keluarga atau teman).

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1,2	1,2	1,2
	TIDAK SETUJU	17	21,0	21,0	22,2
	NETRAL	32	39,5	39,5	61,7
	SETUJU	26	32,1	32,1	93,8
	SANGAT SETUJU	5	6,2	6,2	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

- d. Produk makanan impor lebih menarik perhatian saya dibandingkan produk lokal.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	6	7,4	7,4	7,4
	TIDAK SETUJU	19	23,5	23,5	30,9
	NETRAL	30	37,0	37,0	67,9
	SETUJU	19	23,5	23,5	91,4
	SANGAT SETUJU	7	8,6	8,6	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah SPSS 2022

- e. Saya akan mencari tahu produk makanan impor apa saja yang sudah ada dikota Bengkulu beserta harganya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	2,5	2,5	2,5
	TIDAK SETUJU	24	29,6	29,6	32,1
	NETRAL	28	34,6	34,6	66,7
	SETUJU	23	28,4	28,4	95,1
	SANGAT SETUJU	4	4,9	4,9	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah SPSS 2022

- f. Anda akan mencari tahu orang terdekat (teman dan keluarga) yang pernah mengkonsumsi produk makanan impor.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	2,5	2,5	2,5
	TIDAK SETUJU	17	21,0	21,0	23,5
	NETRAL	33	40,7	40,7	64,2
	SETUJU	23	28,4	28,4	92,6
	SANGAT SETUJU	6	7,4	7,4	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

- g. Anda akan mencari rewiw produk makanan impor di media sosial.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1,2	1,2	1,2
	TIDAK SETUJU	18	22,2	22,2	23,5
	NETRAL	18	22,2	22,2	45,7
	SETUJU	34	42,0	42,0	87,7
	SANGAT SETUJU	10	12,3	12,3	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

*Sumber: data primer diolah SPSS 2022*

## DOKUMENTASI







